

ISSN 2413-9009

ТРАЕКТОРИЯ НАУКИ
электронный научный журнал

№ 5(10)

2016

ТРАЕКТОРИЯ НАУКИ
ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**Том 2 № 5(10) 2016**

Журнал основан в августе 2015 года. Выходит ежемесячно.

**Учредитель
и издатель:** Издательский центр «Диалог»
Украина, 61123, г. Харьков, проспект Тракторостроителей 85/20.
Тел. (0572) 69-32-28, (050) 958-28-51, (098) 388-23-47.
E-mail: print@thedialog.com.ua. Сайт: <http://thedialog.com.ua>.
Свидетельство субъекта издательского дела ДК № 4960 от 19.08.2015.

Журнал «Траектория науки» зарегистрирован в следующих международных наукометрических базах данных: Base (Германия), Directory of Open Access Journals, Directory of Research Journals Indexing (Индия), Google Scholar (США), J-Gate (Индия), Polska Bibliografia Naukowa (Польша), Research Bible (Япония), Russian Science Citation Index (Россия), Türk Eğitim İndeksi (Турция), Ulrichsweb Global Serials Directory (США), WordCat.

Главный редактор: Катаев А. В., канд. экон. наук, доц.

**Редакционная
коллегия:** Аксьонова О. Ф., канд. техн. наук, доц.
Ананченко К. В., канд. наук по физ. восп. и спорту, доц.
Бобро Н. Е., канд. соц. наук, доц.
Болотная О. В., канд. экон. наук, доц.
Голобородько К. Ю., д-р филол. наук, проф.
Голубов А. Е., канд. юрид. наук, доц.
Зайцева М. Л., д-р искусствоведения, проф.
Зеленская Л. Д., д-р пед. наук, проф.
Комир Л. И., канд. экон. наук, доц.
Маленко Е. О., д-р филол. наук, проф.
Оберемок С. В., канд. экон. наук, доц.
Панфилова А. Л., д-р фарм. наук, проф.
Роговой А. И., канд. экон. наук, доц.
Трескунова Л. А., канд. экон. наук, доц.
Хорошев А. Н., канд. ист. наук, доц.
Шатровский А. Г., канд. биол. наук, доц.

Адрес редакции: Украина, 61123, г. Харьков, проспект Тракторостроителей 85/20.
Тел. (0572) 69-32-28, (050) 958-28-51, (098) 388-23-47.
E-mail: edit@pathofscience.org. Сайт: <http://pathofscience.org>.

Журнал является электронным междисциплинарным научным изданием, созданным для полного и оперативного удовлетворения информационных потребностей общества в знаниях, полученных в процессе научно-исследовательской, исследовательско-конструкторской, проектно-технологической и производственной деятельности ученых и специалистов.

Ответственность за достоверность фактов, цитат, имен собственных, географических названий, названий организаций и другой информации несут авторы статей. Высказанные в статьях точки зрения могут не совпадать с точкой зрения редакции.

ТРАЕКТОРІЯ НАУКИ
ЕЛЕКТРОННИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Том 2 № 5(10) 2016

Заснований у серпні 2015 року. Виходить щомісяця.

Засновник і видавець: Видавничий центр «Діалог»
Україна, 61123, м. Харків, проспект Тракторобудівників 85/20.
Тел. (0572) 69-32-28, (050) 958-28-51, (098) 388-23-47.
E-mail: print@thedialog.com.ua. Сайт: <http://thedialog.com.ua>.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4960 від 19.08.2015.

Журнал «Траєкторія науки» зареєстровано в наступних міжнародних наукометричних баз даних: Base (Німеччина), Directory of Open Access Journals, Directory of Research Journals Indexing (Індія), Google Scholar (США), J-Gate (Індія), Polska Bibliografia Naukowa (Польща), Research Bible (Японія), Russian Science Citation Index (Росія), Türk Eğitim İndeksi (Туреччина), Ulrichsweb Global Serials Directory (США), WordCat.

Головний редактор: Катаєв А. В., канд. екон. наук, доц.

Редакційна колегія: Аксьонова О. Ф., канд. техн. наук, доц.
Ананченко К. В., канд. наук з фіз. виховання і спорту, доц.
Бобро Н. Є., канд. соц. наук, доц.
Болотна О. В., канд. екон. наук, доц.
Голобородько К. Ю., д-р філол. наук, проф.
Голубов А. Є., канд. юрид. наук, доц.
Зайцева М. Л., д-р мистецтвознавства, проф.
Зеленська Л. Д., д-р пед. наук, проф.
Комір Л. І., канд. екон. наук, доц.
Маленко О. О., д-р філол. наук, проф.
Оберемок С. В., канд. екон. наук, доц.
Панфілова Г. Л., д-р фарм. наук, проф.
Роговий А. І., канд. екон. наук, доц.
Трескунова Л. О., канд. екон. наук, доц.
Хорошев О. М., канд. іст. наук, доц.
Шатровський О. Г., канд. біол. наук, доц.

Адреса редакції: Україна, 61123, м. Харків, проспект Тракторобудівників 85/20.
Тел. (0572) 69-32-28, (050) 958-28-51, (098) 388-23-47.
E-mail: edit@pathofscience.org. Сайт: <http://pathofscience.org>.

Журнал є електронним міждисциплінарним науковим виданням, започаткованим для повного й оперативного задоволення інформаційних потреб суспільства в знаннях, отриманих у процесі науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної та виробничої діяльності учених і фахівців.

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв організацій та іншої інформації несуть автори статей. Висловлені у статтях точки зору можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії.

TRAEKTORIÂ NAUKI
ELECTRONIC SCIENTIFIC JOURNAL

Vol. 2 № 5(10) 2016

Founded in August 2015. Publishing monthly.

Founder and publisher: Publishing center "Dialog"
Ukraine, 61123, Kharkiv, Traktorobudivnikiv st., 85/20.
Ph.: (0572) 69-32-28, (050) 958-28-51, (098) 388-23-47.
E-mail: print@thedialog.com.ua. Site: <http://thedialog.com.ua>.
Publishing licence: DK № 4960, issued 19.08.2015.

The journal is abstracted in the following international databases: Base (Germany), Directory of Open Access Journals, Directory of Research Journals Indexing (India), Google Scholar (USA), J-Gate (India), Polska Bibliografia Naukowa (Poland), Research Bible (Japan), Russian Science Citation Index (Russia), Türk Eğitim İndeksi (Turkey), Ulrichsweb Global Serials Directory (USA), WordCat.

Editor in Chief: Kataev A., PhD (Economics), Ass. Prof.

Editorial Board: Aksenova E., PhD (Techniques), Ass. Prof.
Ananchenko K., PhD (Physical Education and Sport), Ass. Prof.
Bobro N., PhD (Sociology), Ass. Prof.
Bolotnaya O., PhD (Economics), Ass. Prof.
Holoborodko K., Doctor of Science (Language), Prof.
Golubov A., PhD (Law), Ass. Prof.
Zaytseva M., Doctor of Science (Arts), Prof.
Zelenskaya L., Doctor of Science (Education), Prof.
Komir L., PhD (Economics), Ass. Prof.
Malenko E., Doctor of Science (Language), Prof.
Oberemok S., PhD (Economics), Ass. Prof.
Panfilova A., Doctor of Science (Pharmacy), Prof.
Rogovoy A., PhD (Economics), Ass. Prof.
Treskunova L., PhD (Economics), Ass. Prof.
Horoshev A., PhD (History), Ass. Prof.
Shatrovskiy A., PhD (Biology), Ass. Prof.

Editorial office: Ukraine, 61123, Kharkiv, Traktorobudivnikiv st., 85/20.
Ph.: (0572) 69-32-28, (050) 958-28-51, (098) 388-23-47.
E-mail: edit@pathofscience.org. Site: <http://pathofscience.org>.

The journal is an electronic multidisciplinary scientific edition, created for complete and operative satisfaction the society's information needs, got in the process of research and productive activity of scientists and specialists.

Responsibility for facts, quotations, private names, enterprises and organizations titles, geographical locations etc. to be barred by the authors. The editorial office and board do not always share the views and thoughts expressed in the articles published.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Иванова Марина, Егорцева Евгения, Мироненко Яна Унификация методологии оценки конкурентоспособности (язык оригинала – украинский)	1.1
Галавтина Анна, Жарая Карина Этические аспекты рекламы в борьбе за доверие потребителей (язык оригинала – русский)	1.12
Голубка Михаил Экономическая мысль Карла Коберского и ее влияние на развитие финансово-экономического и кооперативного образования на западноукраинских землях во второй половине XIX - начале XX века (язык оригинала – украинский)	1.21
Терзьян Юлия, Хомутова Ольга Мода и ее влияние на поведение потребителей (язык оригинала – украинский)	1.28
Кирий Валентина, Гуца Олег Исследование специфики применения фактора времени в современных экономических процессах (язык оригинала – русский)	1.36
Пакулин Сергей Обоснование стратегического плана развития государственного предприятия (язык оригинала – украинский)	1.44

РАЗДЕЛ «ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ»

Зайцева Марина Возвращение к истокам: особенности применения этнических инструментов в творчестве Игоря Мациевского (язык оригинала – русский)	2.1
---	-----

РАЗДЕЛ «ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ»

Мику Наталья, Королева Лариса Русская религиозная живопись конца XIX – начала XX вв. (язык оригинала – русский)	3.1
---	-----

РАЗДЕЛ «СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Лесовая Снежана Построение имиджа ключевых ведущих украинских теленовостей 1991-2001 годов .. (язык оригинала – украинский)	4.1
--	-----

ЗМІСТ

РОЗДІЛ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

Іванова Марина, Єгорцева Євгенія, Мироненко Яна Уніфікація методології оцінювання конкурентоспроможності (мова оригіналу – українська)	1.1
Галавтина Анна, Жарая Карина Етичні аспекти реклами у боротьбі за довіру споживачів (мова оригіналу – російська)	1.12
Голубка Михайло Економічна думка Карла Коберського та її вплив на розвиток фінансово-економічної та кооперативної освіти на західноукраїнських землях у другій половині XIX – початку XX сторіччя (мова оригіналу – українська)	1.21
Терзян Юлія, Хомутова Ольга Мода та її вплив на поведінку споживачів (мова оригіналу – українська)	1.28
Кірій Валентина, Гуца Олег Дослідження специфіки застосування фактора часу у сучасних економічних процесах (мова оригіналу – російська)	1.36
Пакулін Сергій Обґрунтування стратегічного плану розвитку державного підприємства (мова оригіналу – українська)	1.44

РОЗДІЛ «МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО»

Зайцева Марина Повернення до витоків: особливості застосування етнічних інструментів у творчості Ігоря Мацієвського (мова оригіналу – російська)	2.1
---	-----

РОЗДІЛ «ІСТОРИЧНІ НАУКИ»

Міку Наталія, Корольова Лариса Російський релігійний живопис кінця XIX – початку XX ст. (мова оригіналу – російська)	3.1
--	-----

РОЗДІЛ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

Лісова Сніжана Побудова іміджу провідних ведучих українських теленовін 1991-2001 років (мова оригіналу – українська)	4.1
---	-----

TABLE OF CONTENTS

SECTION "ECONOMICS"

<i>Ivanova Marina, Iegortseva Evgeniya, Mironenko Yana</i> Unification of the methodology of competitiveness evaluation (Language – Ukrainian)	1.1
<i>Galavtina Anna, Zharaya Karyna</i> Ethical aspects of advertising in the struggle for consumer confidence (Language – Russian)	1.12
<i>Holubka Mykhailo</i> Carl Kobersky's economic opinion and his influence on the development of finance- economics and co-operative education in western Ukraine in the second half of XIX – beginning of XX century (Language – Ukrainian)	1.21
<i>Khomutova Olga, Terzyan Julia</i> Fashion and its influence on consumer behavior (Language – Ukrainian)	1.28
<i>Kyriy Valentyna, Gutsa Oleg</i> The research of time factor application specific in the current economic processes (Language – Russian)	1.36
<i>Pakulin Sergey</i> Justification of the strategic development plan of the state enterprise (Language – Ukrainian)	1.44

SECTION "ARTS"

<i>Zaytseva Marina</i> Back to the roots: features of ethnic instruments in Igor Matsiewski's works (Language – Russian)	2.1
---	-----

SECTION "HISTORY"

<i>Micky Natalya, Koroleva Larisa</i> The Russian religious painting of the end of XIX – the beginning of the XX centuries (Language – Russian)	3.1
--	-----

SECTION "SOCIAL COMMUNICATION"

<i>Lisova Snizhana</i> Construction of the image of the leading Ukrainian TV newsreaders of 1991-2001 (Language – Ukrainian)	4.1
---	-----

Уніфікація методології оцінювання конкурентоспроможності

Іванова Марина Іллівна

*Національний гірничий університет, доцент кафедри менеджменту виробничої сфери,
кандидат економічних наук, доцент, Україна*

Єгорцева Євгенія Євгенівна

*Національна металургійна академія України, асистент кафедри прикладної математики
та обчислювальної техніки, Україна*

Мироненко Яна Юріївна

*Національний гірничий університет, здобувач освітнього ступеня «Магістр» спеціальності
«Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)», Україна*

Анотація. Метою статті є порівняння сучасних методів оцінки конкурентоспроможності та практична апробація отриманих результатів на виробничому підприємстві з метою уніфікації методології. Аналіз літературних джерел показав, що велике різноманіття методів оцінки конкурентоспроможності ускладнює вибір методу, інтерпретацію результатів, що підтверджує актуальність класифікації методів та їх уніфікації.

Авторське бачення зводиться до того, що уніфікований метод оцінювання конкурентоспроможності повинен поєднувати матричний та графічний методи.

В результаті дослідження нами доведено, що SWOT-аналіз необхідно виконувати у два етапи: по-перше, виокремлювати сильні та слабкі сторони підприємства, які враховують такі фактори: маркетинг, виробництво, економічний і фінансовий стан, технологія, адміністративне управління та персонал; по-друге, можливості та погрози повинні враховувати політичну й правову сферу, економічний стан, вплив ринку, соціально-культурні та природно-екологічні фактори.

Проведена апробація запропонованої методології оцінювання конкурентоспроможності на виробничому підприємстві ТОВ «Ольвіта», що динамічно розвивається й успішно функціонує на плодоовочевому ринку України та спеціалізується на переробці, логістиці та дистрибуції свіжих і заморожених овочів, фруктів і ягід, а також м'ясних напівфабрикатів. Отримані висновки свідчать, що оцінка конкурентоспроможності залишається актуальним питанням, яке потребує використання простих і достатньо демонстративних методів, одним з яких є метод, що поєднує матричний і графічний підхід. Перевагою запропонованого методу є достатньо високий рівень візуалізацій та можливість врахувати особистісний підхід при визначенні бальних оцінок сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз.

В перспективі авторами планується розглянути і систематизувати показники, що використовуються при оцінюванні конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, методи оцінки конкурентоспроможності, матричний і графічний методи, SWOT-аналіз.

Вступ

Управління конкурентоспроможністю дозволяє вирішити ряд важливих управлінських завдань, а саме сформулювати стратегію розвитку, посилити вплив на ринку, ліквідувати слабкі сторони функціонування. Однак, уніфікація можливих сценаріїв розвитку можлива за умови чіткої ідентифікації стану конкурентоспроможності, що може бути досягнута шляхом застосування універсального методу оцінювання конкурентоспроможності.

Дослідженням оцінювання та діагностикою конкурентоспроможності займалася значна кількість таких українських науковців, як С. Бондаренко [1], І. Брижань [2], В. Гончаров [3], А. Левицька [5], В. Літвінова [6], І. Сахно [8], О. Сомова [9]; при цьому визначенню конкурентоспроможності приділено увагу таких авторів, як Д. Погребняк [7, с. 46-47] та В. Шарко [10, с. 121]. Однак на цей час так і не запропоновано методики, що може бути рекомендована до впровадження підприємствам в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Не дивлячись на значну кількість досліджень у галузі оцінювання конкурентоспроможності, існує потреба подальшого вирішення цього питання, виділення процесу в окрему галузь аналізу, результати якого можуть бути офіційно оприлюднені та використовуватися власниками, інвесторами, потенційними споживачами та постачальниками.

Метою даного дослідження є порівняння сучасних методів оцінки конкурентоспроможності та практична апробація отриманих результатів на виробничому підприємстві з метою уніфікації методології.

Результати дослідження

Порівняння основних методів оцінки конкурентоспроможності. Багате різноманіття методів оцінки конкурентоспроможності значно ускладнює вибір методу дослідження категорії у кожному певному випадку. Класифікація методів часто має хаотичний характер та не відповідає основним вимогам складання класифікацій. Тому усі наукові розробки щодо вибору та обґрунтування методу дослідження категорії потребують якісної систематизації та структурування [6, с. 81]. За Д. В. Погребняком конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу, по відношенню до сукупності показників конкурентів [7, с. 46-47], або сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення його сильних конкурентних позицій, підтримання і розвиток існуючих та створення нових конкурентних переваг [10, с. 121]

Методи оцінки конкурентоспроможності, що запропоновані до використання сучасними науковцями наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Порівняння методів оцінки конкурентоспроможності, запропонованих сучасними науковцями, складено авторами

Автор, джерело	Види, характеристика
Сахно І. В. [8, с. 386]	1) методи, основані на теорії конкурентних переваг; 2) методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; 3) методи, в основі яких лежить теорія якості товару; 4) матричні методи; 5) інтегральний метод
Сомова О. Є. [9, с. 17-19]	1) методи, що базуються на описі конкурентної боротьби; 2) методи, основані на узагальненні думок експертів; 3) методи оцінки конкурентоспроможності товару та конкурентоспроможності підприємства; 4) методи, засновані на розрахунку інтегрального коефіцієнта за фінансовими і техніко-економічними показниками; 5) методи оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі аналізу рентабельності, грошових потоків і вартості бізнесу.
Гончаров В. [2]	1) матричні методи; 2) методи оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств за ринковою часткою; 3) методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; 4) методи, засновані на теорії фірми і галузі; 5) методи, засновані на теорії якості товару; 6) методи, засновані на аналізі порівняльних переваг
Левицька А. О. [5, с. 156]	1) за способом оцінки (якісні, кількісні); 2) за формою представлення результату (матричні, графічні, індексні); 3) за ступенем врахування аспектів функціонування підприємства (спеціальні, комплексні); 4) за можливістю прийняття стратегічних рішень (поточні, стратегічні); 5) за напрямом формування інформаційної бази (критеріальні, експертні); 6) залежно від об'єкта оцінки (персонал, продукція, організація); 7) залежно від конкретизованої мети оцінки (позиціонування у групі, позиції у групі, конкурентні переваги)
Бондаренко С. М. [1]	1) матричні методи; 2) метод переваг; 3) метод інтегральної оцінки; 4) метод профілів (графічний метод); 5) бальна оцінка конкурентоспроможності; 6) структурний і функціональний метод
Літвінова В. О. [6, с. 82]	1) методи за видами показників (диференційований; комплексний; змішаний); 2) методи за формою подання результатів (розрахункові, матричні, графічні)
Шарко В. В. [10, с.121]	1) методи, що характеризують ринкові позиції підприємства (модель БКГ, модель М. Портера, метод «Мак-Кінзі», модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Хофера/Шенделя); 2) методи, що характеризують рівень менеджменту підприємства (метод LOTS, метод GAP, ситуаційний аналіз, метод експертного оцінювання, метод картування стратегічних груп); 3) методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність підприємства (фінансово-економічний метод, метод маржинального аналізу)

Автор, джерело	Види, характеристика
Погребняк Д. В. [7, с. 49]	1) графічні методи; 2) матричні методи; 3) розрахункові методи; 4) комбіновані (розрахунково-матричні, розрахунково-графічні) методи
Іванова М. І. [4, с. 191-192]	1) критеріальні методи; 2) експертні методи; 3) графічні методи; 4) математичні методи; 5) логістичні; 6) одномоментні; 7) стратегічні; 8) індикаторні; 9) матричні (табличні)

У табл. 2 наведено порівняння найбільш розповсюджених у використанні методів оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Таблиця 2 – Порівняння сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємств за В. Гончаровим [3]

Назва методу	Умови застосування	Перевага	Недолік
Матричні методи (БКГ)	Запропонований Бостонською консалтинговою групою метод враховує етапи життєвого циклу товару (послуги), темпи зміни обсягів продажів (вертикальна вісь) та відносну долю ринку у порівнянні з провідним конкурентом (горизонтальна вісь); найбільш конкурентоспроможними вважаються підприємства (товари чи послуги), які займають значну частку на швидкозростаючому ринку	Метод забезпечує високу наочність при використанні достовірної інформації; дозволяє виокремити взаємозв'язок між бізнес одиницями, що поєднані у єдиний ланцюг створення вартості, а також розробляти стратегічні плани, що стосуються розвитку окремої бізнес одиниці та враховують її потреби	Детальний аналіз факторів впливу ускладнює розробку управлінських рішень; значна увага приділяється напрямам використання отриманого прибутку, тоді як для організації не менш важливим показником є ефективність інвестицій; виокремлює напрями розвитку, що пов'язані лише із зростанням, залишаючи поза увагою оздоровлення бізнесу, покращання методів управління тощо

Закінчення табл. 2

Назва методу	Умови застосування	Перевага	Недолік
Методи оцінки за ринковою часткою	Чотирискладовий показник концентрації CR4, індекс Херфіндала-Хіршмана дозволяє ідентифікувати один з п'яти стандартних станів суб'єктів господарювання: аутсайтери; із слабкою, середньою і сильною конкурентною позицією; лідери. Зміна ринкової частки впливає на визначення певних груп господарюючих одиниць	Конкурентна карта ринку враховує перехресну класифікацію розміру часток і їх динаміку та виокремлює місце підприємства в структурі ринку, ступінь домінування на ринку, особливості розвитку і використання конкурентних переваг	Використовуючи інформацію щодо частки ринку складно розробити стратегію підвищення конкурентоспроможності, оскільки частка ринку дозволяє лише об'єктивно оцінити ті або інші зміни в конкурентній позиції, але не дозволяє розглянути причини таких змін та запропонувати шляхи покращення ситуації.
Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції	Резервом збільшення конкурентоспроможності є отримання високих показників ефективності організації виробництва, збуту продукції та управління фінансами. Методика консультаційної американської фірми «D and B» використовується для оцінки конкурентоспроможності галузі і підприємств усередині цієї галузі	Використання показників дозволяє проводити аналіз роботи підприємства і робити висновки про різні сторони його господарської діяльності	Не врахована диференціація важливості кожного показників в інтегральній оцінці; використання великої кількості показників, приводить до дублювання, ускладнює проведення аналізу; не враховані головні показники конкурентоспроможності товару – якість і ціна
Методи, засновані на якості	Конкурентоспроможність підприємства напряму залежить від конкурентоспроможності його продукції; в якості показника виступає співвідношення ціни і якості	Враховує фактори прямого впливу на конкурентоспроможність продукції	Звужує оцінку конкурентоспроможності підприємства до визначення конкурентоспроможності продукції

Фахівець Брижань І. А. вважає, що для успішного функціонування будь-якого підприємства необхідно регулярно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності, яка дає можливість визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявляти його приховані потенційні можливості і, відповідно до цього, максимального удосконалювати його стратегію функціонування, приймати правильні управлінські рішення, розробляти заходи щодо розвитку конкурентних переваг та адаптувати підприємство в мінливих умовах господарювання, що дає можливість перемагати в конкурентній боротьбі [2, с. 11].

Практична апробація теоретичних досліджень нами буде проведена за матеріалами ТОВ «Ольвіта», що динамічно розвивається й успішно функціонує на плодоовочевому ринку України та спеціалізується на переробці, логістиці та дистрибуції свіжих і заморожених овочів, фруктів і ягід, а також м'ясних напівфабрикатів [11].

SWOT-аналіз ТОВ «Ольвіта» було виконано у два етапи: по-перше, виокремлено сильні та слабкі сторони підприємства, які були розглянуті за окремими розділами, кожен з яких, у свою чергу, враховує кілька факторів: маркетинг, виробництво, економічний і фінансовий стан, технологія, адміністративне управління та персонал (табл. 3).

Таблиця 3 – Оцінка сильних та слабких сторін ТОВ «Ольвіта», бали

Фактори	Сильні сторони	Слабкі сторони	
Маркетинг	Якісна продукція та конкурентоспроможні ціни, у порівнянні із конкурентами Ефективна система контролю якості Широкий асортимент продукції у середньому ціновому сегменті Можливість пристосування до вимог конкретного клієнта Позитивний імідж продукції серед споживачів Лідер на ринку заморожених ягід Доступність всього асортименту продукції цілий рік Використання мережі Інтернет для реклами продукції підприємства Високий рівень маркетингових досліджень споживчого ринку Розвинена та ефективна логістика	Відсутня частка зовнішнього ринку Відсутність чітко розробленої стратегії маркетингу Відсутність інтенсивного маркетингу Невідомість торгової марки компанії на ринку свіжих овочів Присутність лише у великих торговельних мережах та мережах закладів horeca Відсутність власної дилерської або дистрибуторської мережі розподілу продукції Незначна частка внутрішнього ринку заморожених овочів	6 4
Виробництво	Власний повний виробничий цикл Налагоджена система забезпечення сировиною Наявність власної сировинної бази та її надійність Задовільний стан основних виробничих фондів підприємства Досить значні виробничі потужності Можливість застосування нових технологій	Значна частка матеріальних та накладних витрат Низький рівень гнучкості виробництва	4 2
Економічний і фінансовий стан	Наявність значного власного капіталу Достатній рівень показників ліквідності Низька імовірність банкрутства	Деяке погіршення показників ділової активності Низькі показники рентабельності	5 2
Технологія	Впровадження нових технологій	Високий рівень застосування ручної праці	3 4

Закінчення табл. 3

Фактори	Сильні сторони	Слабкі сторони
Адміністративне управління та персонал	Компетентність і досвідченість працівників апарату управління Висока кваліфікація і досвідченість працівників Наявність продуктивної системи підготовки кадрів Вміння реагувати на зміни у зовнішньому середовищі Наявність ефективної організаційної структури підприємства для досягнення її місії та цілей Налагоджена та ефективна комунікація між підрозділами Забезпеченість необхідною оргтехнікою	Нестача висококваліфікованого персоналу Географічна віддаленість окремих підрозділів від підприємства Відсутність системи бізнес-планування на підприємстві Недостатньо ефективна система стимулювання праці
Всього	24	16

По-друге, можливості та погрози не тільки впливають на становище підприємства, але й вказують на необхідність стратегічних змін. Аналіз можливостей та загроз для ТОВ «Ольвіта» наведений в табл. 4. Відмітимо, що вплив факторів у табл. 3 та 4 оцінювався за 10 бальною системою експертним методом.

Таблиця 4 – Оцінка можливостей та загроз зовнішнього середовища для ТОВ «Ольвіта», бали

Фактори	Можливості	Загрози
Політична й правова сфера	Повернення державою підприємствам ПДВ при експорті продукції Надання державних пільг та кредитів підприємствам харчової промисловості Наявність достатньо розвиненої законодавчої бази регулювання діяльності підприємств харчової галузі	Затримки у відшкодуванні ПДВ експортерам Введення нових обмежень на експорт харчових продуктів з України Нестабільність законодавства Великий податковий тиск Встановлення державою нових ставок експортного мита Обмеження експорту продукції харчової галузі з боку іноземних держав
Економічний стан	Низький рівень платоспроможності споживачів Підвищення попиту на наукомістку продукцію на ринках (технологія IQF заморожування)	Коливання курсу валюти впливає на прибутки підприємства Економічні проблеми споживачів продукції
Природні та екологічні	-	Несприятливі погодні умови (заморозки, дощ, град), які знижують врожайність та якість продукції

Закінчення табл. 4

Фактори	Можливості	Загрози	
Ринок	Стабільний та динамічний ріст ринку заморожених продуктів Збільшення споживання свіжих овочів/фруктів у зимово-весняний період Випередження конкурентів за характеристиками товарної пропозиції Сприйняття переваг нової товарної пропозиції споживачами. Ненасиченість внутрішнього ринку заморожених овочів/фруктів та ягід Розширення асортименту за рахунок вирощування нових культур та введення сучасних технологій Заміна старих технологічних ліній на нові лінії, що відповідають сучасним вимогам ринку Успішний вихід на зовнішні ринки	6	3
Соціально-культурні	Успішна робота на ринку завдяки розвитку системи цінностей суспільства відносно здорового харчування Динамічний ритм сучасного життя	4	0
Всього		21	20

Розглянувши сильні й слабкі сторони, можливості й загрози, поєднаємо матричний (SWOT-аналіз) та графічний методи (рис. 1).



Рисунок 1 – Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Ольвіта» станом на 01.01.2016

Висновки і пропозиції

Оцінка конкурентоспроможності залишається актуальним питанням, яке потребує використання простих і достатньо демонстративних методів, одним з яких є метод, що поєднує матричний і графічний підхід. Перевагою запропонованого методу є достатньо високий рівень візуалізацій та можливість врахувати особистісний підхід при визначенні бальних оцінок сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз.

В перспективі авторами планується розглянути і систематизувати показники, що використовуються при оцінюванні конкурентоспроможності.

Перелік використаних джерел

1. Бондаренко С. М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / С. М. Бондаренко, А. А. Невмержицька // Технології та дизайн. – 2014. – № 2. – Режим доступу: <http://goo.gl/MEcqJx>. – Назва з екрана.

2. Брижань І. А. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства / І. А. Брижань, В. Я. Чевганова // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 4(5). – С. 10-15.

3. Гончаров В. Аналіз існуючих підходів і методів до оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства [Електронний ресурс] / В. Гончаров, О. Ларін // Схід. – 2006. – № 5(77). – Режим доступу: <http://goo.gl/IsqI7K>. – Назва з екрана.

4. Іванова М. І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності / М. І. Іванова, О. Е. Маркус // Економічний простір. – 2011. – № 48/2. – С. 189-196.

5. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А. О. Левицька // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 4. – С. 155-163.

6. Літвінова В. О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкурентоспроможності продукції / В. О. Літвінова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 4. – С. 81-87.

7. Погребняк Д. В. Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства / Д. В. Погребняк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2011. – Вип. 32. – С. 45-51.

8. Сахно І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. – 2012. – № 2. – Ч. 2. – С. 385-390.

9. Сомова О. Є. Вартісна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудування : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. Є. Сомова ; Європейський ун-т. – Київ, 2008. – 19 с.

10. Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення / В. В. Шарко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. – 2015. – Вип. 2(4). – Ч. 2. – С. 120-126.

11. Богуславський Ю. Свіжі й заморожені овочі та фрукти – дві грані одного бізнесу компанії «Ольвіта» [Електронний ресурс] / Ю. Богуславський, І. Чертилін // АПК Інформ : [источник аналитической информации по плодовоощному рынку СНГ]. – Режим доступу: <http://goo.gl/gfvoAt>. – Станом на 29.07.2015. – Назва з екрана.

© М. І. Іванова, Є. Є. Єгорцева, Я. Ю. Мироненко

Unification of the methodology of competitiveness evaluation

Ivanova Marina

National Mining University, Associate Professor of the Department of Management of Productive Sector, PhD in Economics, Associate Professor, Ukraine

Iegortseva Evgeniya

The National Metallurgical Academy of Ukraine, Assistant of the Department of Applied Mathematics and Computing Engineering, Ukraine

Mironenko Yana

National Mining University, Master's Degree student specialty «Management of Organizations», Ukraine

Abstract. The purpose of the study is the comparison of the modern methods of competitiveness evaluation and testing the results in practice at a production plant in order to unify the methodology. Analysis of the publications shows that the existing diversity in methods of the competitiveness evaluation complicates the choice of a method and interpretation of the results, which confirms the need to classify and unify the methods available today.

The authors suggest that the standardized method of competitiveness evaluation should combine matrix and graphical methods.

In our study, we have shown that SWOT-analysis should be carried out in two stages: firstly, it is necessary to determine the strengths and weaknesses of the company, taking into account the following factors: marketing, production, economic and financial situation, technology, the administration and personnel; secondly, it is essential to assess the opportunities and threats with the allowance for the political, legal, and economic situation, the impact of market as well as social, cultural and natural environmental factors.

The proposed methodology of competitiveness evaluation has been tested at the industrial enterprise "Olvita ltd", which is dynamically developing and successfully operates on the food market of Ukraine; it specializes in processing, logistics and distribution of fresh and frozen vegetables, fruits and berries, as well as ready-to cook meat products. The results have shown that the competitiveness evaluation remains a pressing issue that requires simple and fairly demonstrative methods, one of which is a method that combines both graphical and matrix approaches.

The advantage of the proposed method is its sufficiently high visualizations and record of personal approaches in evaluating the scores for strengths and weaknesses as well as opportunities and threats.

In the future, the authors are planning to examine and systemize the indicators used in the competitiveness evaluation.

Keywords: competitiveness, competitiveness evaluation methods, matrix and graphical methods, SWOT-analysis.

© M. Ivanova, E. Iegortseva, Y. Mironenko

Этические аспекты рекламы в борьбе за доверие потребителей

Галавтина Анна Вадимовна

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, соискатель
образовательного уровня «Бакалавр» специальности «Маркетинг», Украина*

Жарая Карина Сергеевна

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, соискатель
образовательного уровня «Бакалавр» специальности «Маркетинг», Украина*

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с этическими аспектами рекламной деятельности предприятия и их восприятие потребителем. Значимость исследования обусловлена, прежде всего, тем, что в современном мире реализация любой продукции (товара) невозможна без рекламной поддержки. Потребитель имеет право на получение необходимой, доступной, достоверной и своевременной информации о продукции, что обеспечивает возможность ее сознательного и компетентного выбора. Целью данной статьи является раскрытие проблемных вопросов этики и правдивости в рекламе и демонстрация их влияния на выбор потребителя.

Результаты исследования показали, что потребитель склонен выбирать продукт, о котором он больше осведомлен, даже зная о недостатках данного товара. Компании, которые открыты для потребителя все чаще выходят в лидеры рынка.

Ключевые слова: реклама, доверие к рекламе, честная реклама, недобросовестная конкуренция, потребитель.

Введение

В условиях высокой конкуренции в борьбе за потребителя привычные методы влияния не дают должного результата, т.е. потребитель перестает доверять рекламе, заставляя компании повышать качество услуг не только на словах, но и на деле.

Актуальность работы заключается в том, что в современной мире потребители перенасыщены информацией, которую предоставляют им компании. Реклама окружает человека повсюду, и часто эта реклама не является источником правдивой информации, вводя тем самым в заблуждение. Именно поэтому появилась потребность регулировать рекламную информацию, которую получает потребитель, в целях защиты его прав. Компаниям в таких условиях нужно перестраивать свои коммуникации, но не потеряв при этом своих позиций на рынке.

Целью данной статьи является рассмотрение важности этических аспектов в рекламной деятельности и влияния рекламного информационного пространства на потребителей, выяснение вопроса целесообразности использования социально ответственного маркетинга украинскими компаниями в конкурентной борьбе.

Результаты исследования

В современных рыночных условиях на первый план выходит честность и открытость компании: согласно исследованиям КОМКОН и ROMIR Monitoring в 2000 г. почти половина людей не сомневались в ее правдивости. Опросы 2006 года показали, что таких «доверяющих» осталось не больше четверти. Сейчас еще меньше. Опросы американского Союза потребителей показали, что лишь 30% жителей США доверяют рекламе «хоть в какой-то мере» [1].

Реклама не должна подрывать доверие общества к рекламе и должна отвечать принципам добросовестной конкуренции, не должна содержать информацию или изображения, которые нарушают этические, гуманистические, моральные нормы, пренебрегают правилами приличия.

Наибольшее доверие вызывает реклама у респондентов различных возрастов с изображением семьи, ценностями, юмором и ситуациями из реальной жизни. При чем, у возрастной группы 65+ более доверительные отношения к рекламе, люди молодого возраста (15-20) доверяют рекламе с ситуациями из реальной жизни (40%). Люди среднего возраста доверяют рекламе с изображением семьи (42%) (рис. 1).

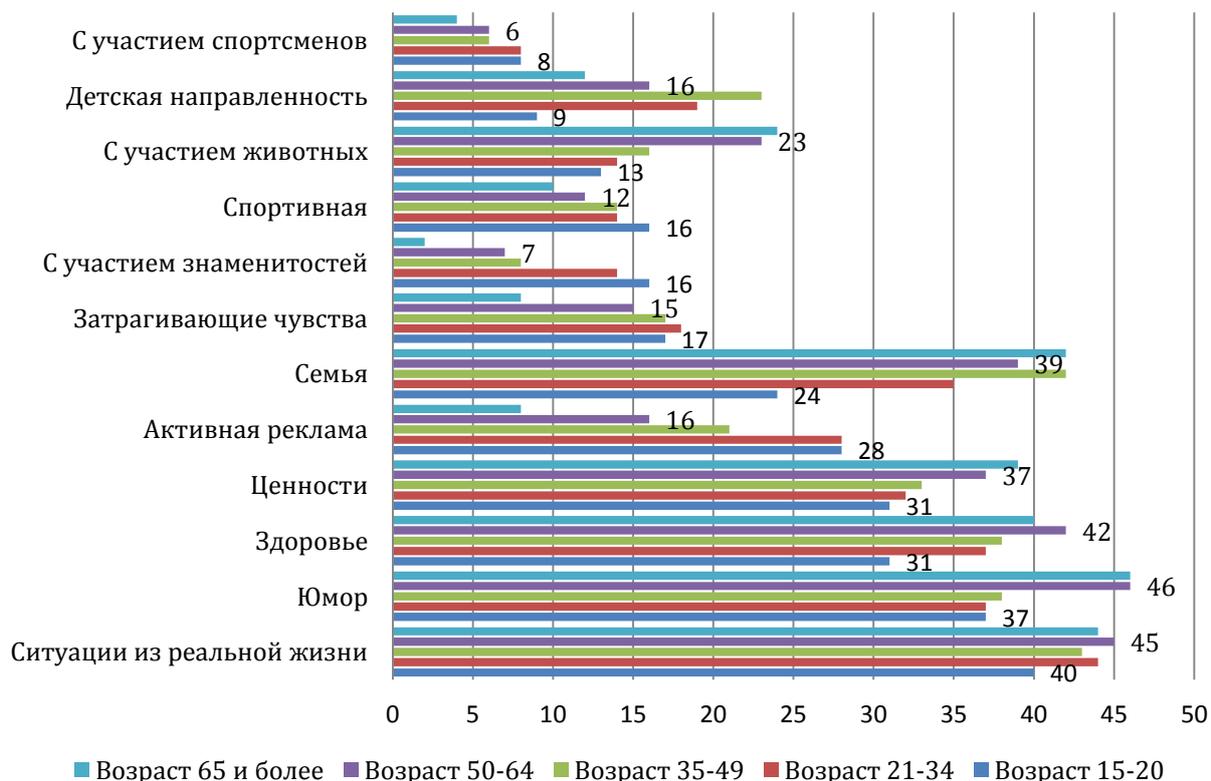


Рисунок 1 – Степень доверия потребителей к рекламе в зависимости от типа демонстрируемых ситуаций, % [2]

Наибольшее доверие после рекомендации людей вызывает официальный сайт, затем потребительские мнения, размещенные в Интернете и га-

зетные статьи. Наименьшую степень доверия имеют текстовая рассылка на мобильные телефоны и баннерная реклама (рис. 2).

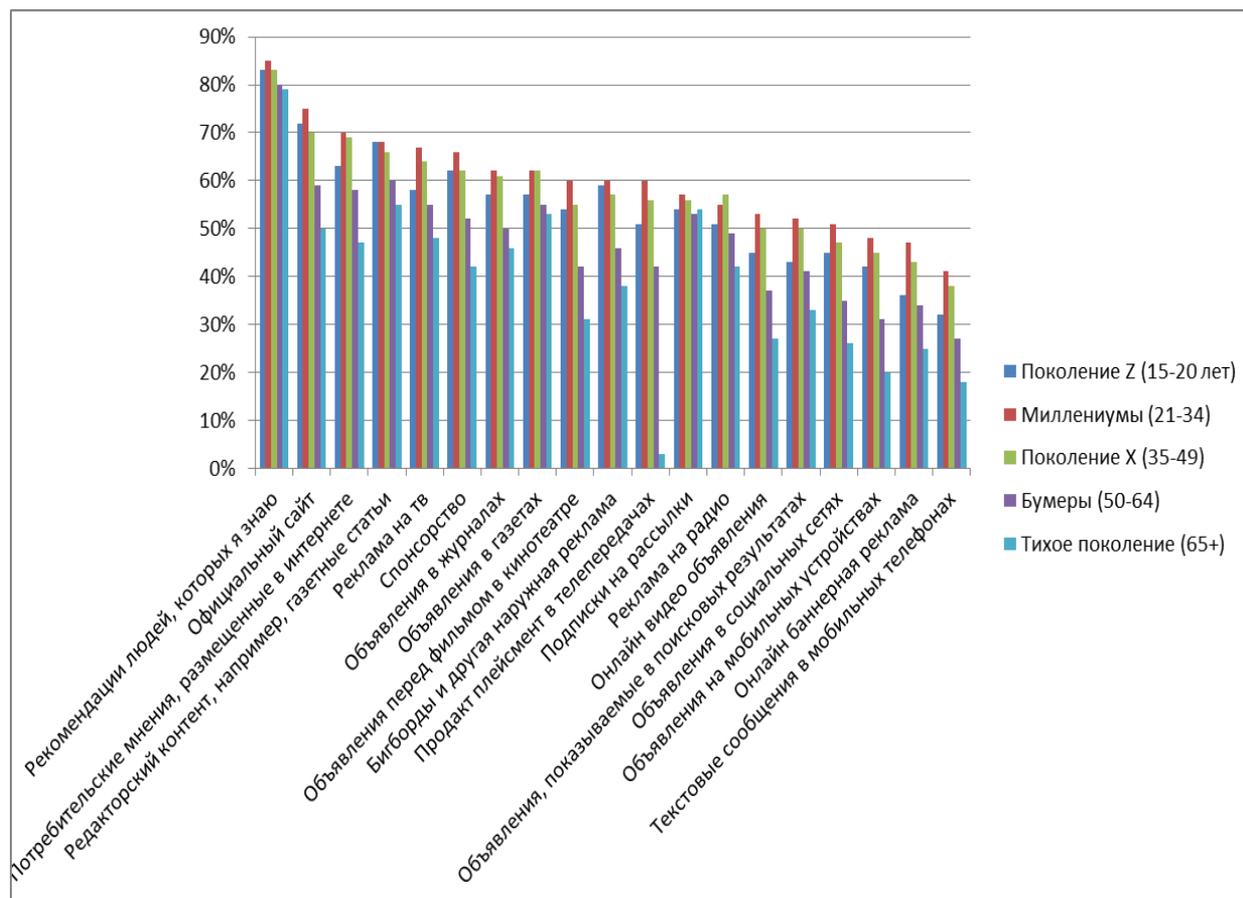


Рисунок 2 – Степень доверия потребителей к рекламе в зависимости от источника получения, % [2]

Авторы рекламных роликов часто недоговаривают. Например, при обещании увеличения объема волос на 58 % благодаря их новой туши (которая в дополнении еще и сделает вас неотразимой), рекламодатели явно забывают отметить, что такой колоссальный объем разглядеть можно только под микроскопом, а для человеческого глаза он незаметен. Видимо, они подразумевают что-то другое, а вот что именно – это уже вопрос. Или, например, всеми известная реклама батареек «Duracell», которые работают до 10 раз дольше! А вот сколько это «дольше» – в два, три, а может и девять раз (если повезет), оставили за кадром.

Реклама может ввести человека в заблуждение, что в итоге приводит к неудовлетворенности и послепокупочному диссонансу. Именно поэтому Общество по защите прав потребителей борется за честность в рекламе. В настоящее время это не только предмет обсуждений, так как вопрос честности закреплен в Украине на законодательном уровне. Нарушение законодательства может повлечь за собой административное наказание.

Законы Украины предусматривают штрафы за недобросовестную рекламу, но подвох в том, что часто реклама не содержит лжи. Рекламодатели

зачастую опускают некоторую часть важной информации. Например, по данным издания Consumer Reports, только 40 % рекламных объявлений о лекарственных препаратах содержит информацию о побочных эффектах [3].

Поэтому сейчас государство и сами потребители борются за честность рекламы. Кроме Законов Украины «О рекламе» [4] и «О защите прав потребителей» [5], также существует Закон Украины «О защите от недобросовестной конкуренции» [6], в котором существует запрет на распространение информации, которая вводит покупателей в заблуждение.

Антимонопольный комитет Украины контролирует соблюдение запрета недобросовестной конкуренции. Запрет существует с целью предотвращения роста продаж из-за предоставления недобросовестной информации о товаре, поскольку из-за этого могут пострадать не только покупатели, но также становится неэффективным весь механизм развития конкуренции на рынке. Для контроля введена система штрафов. Статистика и самые большие штрафы Антимонопольного комитета Украины за недобросовестную рекламу на протяжении последних четырех лет приведены в табл. 1. Максимальный штраф за такое нарушение может достигать 5 % дохода (выручки) хозяйствующего субъекта за предыдущий отчетный год [6].

Таблица 1 – Статистика Антимонопольного комитета Украины о санкциях в сфере нарушения законодательства о защите экономической конкуренции, составлено по [7-10]

Показатели	Годы		
	2011	2012	2013
Сумма штрафов в сфере недобросовестной конкуренции, млн. грн.	4,1	22	56
Количество выявленных правонарушений в сфере недобросовестной конкуренции, правонарушений	451	776	1259
- из них нарушения в виде распространения информации, вводящей в заблуждение, %	87	91	85

Классика жанра недобросовестной рекламы – это фразы типа: «самый лучший», «№ 1», «единственный», «впервые», «нет равных». Такие фразы почти сразу попадают в список незаконных, потому что часто доказательств их правдивости нет.

Особенно осторожно нужно использовать такие слова, как «уникальный», который встречается в разных комбинациях. Например, «уникальные технологии» и «уникальный эффект» – наиболее популярны в косметической и фармацевтической сфере. Потребитель воспринимает такие словосочетания как знак того, что других альтернатив данному товару не существует. Для того, чтобы заявлять о своей уникальности компания должна провести исследование на отсутствие аналогичных ее товару продуктов, с такими же ингредиентами или свойствами, чтобы в дальнейшем она могла подтвердить эту свою уникальность.

Еще одним из приемов введения потребителя в заблуждение является некорректное описание состава на упаковке товара либо подмена ингреди-

ентов. Например, название «Сендвич-сыр с пармезаном». За данное название сырная компания заплатила 1 млн. грн. штрафа, так как вместо пармезана был только его ароматизатор [11].

Под проверку Антимонопольного комитета Украины также попадает изображение продуктов и ингредиентов на этикетках, ведь отсутствие изображенных ингредиентов в составе тоже расценивается как те, которые вводят в заблуждение. Примеры недобросовестной рекламы, зафиксированные Антимонопольным комитетом Украины, приведены в табл. 2

Таблица 2 – Случаи использования производителями недобросовестной конкуренции, составлено по [8-11]

Компания	Характеристика
Фармак	Компания уплатила штраф в размере 7,6 млн. грн., который является самым большим за недобросовестную рекламу, но также это была максимальная сумма, когда-либо начисленная украинской фармацевтической компании. И все это – просто пара слов в рекламе: «9 из 10 украинцев выбирают «Амизон». Это утверждение было неверными лишь в деталях. Маркетинговые исследования, на которые опиралась компания Фармак, показали, что 90 % украинцев, болеющих гриппом и простудой в течение последнего года, действительно использовали препараты торговой марки «Амизон». Но от общего населения Украины это всего 6,2 % (по данным того же исследования).
Кохавинская бумажная фабрика	Фабрика размещала на обертке туалетной бумаги «Кохавинка» надпись «Антисептический». Антимонопольный комитет Украины выявил, что продукция производится в соответствии установленными техническими регламентами, но дополнительные исследования (бактериологические и вирусологические) о наличии антисептических свойств проведены не были. Распространение ложной информации об антисептических свойствах бумаги ввело потребителей в заблуждение. Сумма штрафа – 1 млн. грн.
Сандора	Сразу несколько нарушений в одном информационном блоке допустил один из крупнейших производителей соков в стране. На этикетках некоторых продуктов компании («Сандора», «Сандора Мультиактив» и «Сандора Микс»), кроме стандартной информации о производителе, ингредиентах и массе указывалось: «Одобрено Министерством здравоохранения Украины». Министерством здравоохранения о своих рекомендациях не ведало ни сном, ни духом. Сумма штрафа – 3 млн. грн.
Чумак	В розничных сетях Черновицкой области Украины реализовывался майонез «Чумак Настоящий 72 %», на обратной стороне упаковки которого производителем было размещена надпись "Одобрено Министерством здравоохранения Украины». Согласно информации предоставленной Министерством здравоохранения Украины разрешение на размещение указанного надписи на упаковке майонеза «Чумак Настоящий 72 %» не предоставлялось. Такие действия являются нарушением Закона Украины «О защите от недобросовестной конкуренции». Сумма штрафа – 50 тыс. грн.

Окончание табл. 2

Компания	Характеристика
Boehringer Ingelheim RCV	«Кашель вылечит вам, освободит дыхание Лазолван»: это стихотворение обошлось производителю препарата в 1 млн. грн. Претензии касались обещания вылечить кашель, хотя на самом деле «Лазолван» направлен на уменьшение проявления простудных симптомов и стимулирование откашливания. Препарат не лечит ни от гриппа, ни от простуды, ни от бронхита, ни от пневмонии, которых сопровождает кашель. Сумма штрафа – 1 млн. грн.
Платинум Банк	В рекламе банка присутствовал слоган: «Весенние кредиты и весенние подарки 0% акция». Банком не была указана информация о сумме всех затрат, которые придется заплатить потребителю за пользование кредитом, а это ни много ни мало – более 35 % в год. В рекламе имелось в виду ставка 0,0001 % годовых, но не учитывались размеры комиссии за предоставление кредита и ежемесячной комиссии за пользование кредитом, а также стоимость обязательного страхования жизни кредитополучателя. Сумма штрафа – 50 тыс. грн.

Правильность размещения информации о проведении акций требует особого внимания. Так, в апреле 2013 г. полумиллионный штраф был наложен за двухмесячную акцию «Порозумійся зі світом», которая была размещена на кофе-стиках без указания срока ее проведения [7, 10]. Поэтому, даже после окончания акции в надежде получить путевку в языковую школу Европы, покупатели продолжали приобретать продукцию компании.

Довольно интересным способом донесения информации об условиях и сроках проведения акции является нанесение информации на этикетку бутылки с обратной стороны. Прочитать условия можно только оторвав этикетку. Гарантированность призов в случае ограниченного призового фонда или когда размер акции не соответствует количеству товара, участвующего в акции, также может стать проблемой.

Но решить проблему честности лишь административными методами, очевидно, не удастся никогда. Если только компании не захотят сами, без всякого принуждения честно рассказывать потребителям о недостатках своих продуктов. Многие компании боятся, что если расскажут правду, их продажи упадут. Но это далеко не так, чему свидетельствует ряд примеров. Например, чтобы рассказать людям о том, что каждый день от нехватки чистой питьевой воды в мире умирает 5000 детей, агентство Droga5 решили продавать в ресторанах Нью-Йорка обычную воду из-под крана. Суть акции сводилась к следующему: «Да, это вода из-под крана. Да, мы ее вам не даем просто так. Купите у нас ее за доллар, а мы отправим этот доллар в UNICEF, и на этот доллар ребенок в Африке будет пить чистую воду 40 дней» [1]. Акция была сверхуспешной. За один день жители мегаполиса смогли обеспечить нуждающихся детей запасом питьевой воды на несколько лет. Акция Tap Project была признана UNICEF как самая успешная за всю историю существования организации.

В Европе уже давно делают акцент на честной рекламе, что делает товар или услугу особенной. Например, агентством VCU Adcenter был предложен интересный ход для амстердамской сети отелей эконом-класса Hans Brinker [1]. Агентство предложило акцентировать внимание на дешевизне и неприхотливости – люди всегда склонны экономии. А идеальные картинки, изображающие чистые интерьеры и приветливые служащие, которые пытаются убедить аудиторию о «демократических ценах», не произведут на людей должного впечатления, ведь они ищут, прежде всего, дешевый отель. Hans Brinker отпечатали свои принты на старых газетах прямо рассказали всю правду: «Горничная у нас работает за двоих, потому как она вообще одна. И вам предоставят бесплатную беспроводную связь только в том случае, если у вас есть пароль вашего соседа». Наверное, слишком честно, но такой подход сработал.

По данным экспертов Consumer Reports большая часть приверженцев определенной марки автомобилей довольно хорошо знают технические недостатки своих любимых марок [3]. Однако, они почти не осведомлены о проблемах машин конкурентов. Конечно у них есть подозрения, что иные марки имеют определенные недостатки, но какие именно ответить затрудняются. «Потребители склонны выбирать досконально известные машины, даже если те весьма несовершенны. Более того, к последним уровень лояльности зачастую выше», – говорили исследователи. Размышления автомобилистов следующие. Идеальных автомобилей не существует. Когда ты понимаешь конкретные недостатки машины – ездить на ней безопасней, она легче в ремонте. К тому же чувствуешь себя комфортней психологически: можно спокойно взвесить все «за» и «против», а уже потом заплатить деньги. Поскольку продавец правды все равно не скажет, надежнее купить кота, которого уже вынули из мешка.

Выводы

Эффективность традиционных приемов маркетинга и рекламы снижается. Потребитель становится все более требовательным, просто товар его уже не интересует, ему важна философия бренда. Покупатель голосует за честность и ответственность бренда. Социально-ответственный (и, соответственно, честный) маркетинг становится все более значимым и востребованным в конкурентной борьбе по сравнению с другими концепциями маркетинга [12], и именно поэтому компании все чаще отдают ему предпочтение.

Перечень использованных источников

1. Честная реклама [Электронный ресурс] : [обзор примеров] // AdMe : [сайт о творчестве]. – Режим доступа: <http://goo.gl/5Wo8Gr>. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.

2. Global Trust In Advertising [Electronic resource] : report, September 2015 // The Nielsen Company. – Available from: <http://goo.gl/h4lYTI>. – Viewed 30.09.2015. – Title from screen.

3. Watch Out For New Reactions To Old Medications [Electronic resource] // ConsumerReports. – Available from: <http://goo.gl/ndn2D8>. – Viewed 08.02.2015. – Title from screen.

4. Про рекламу [Электронный ресурс] : Закон України від 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР // Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://goo.gl/Pf7cmZ>. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

5. Про захист прав споживачів [Электронный ресурс] : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII // Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://goo.gl/Dhe3eN>. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

6. Про захист від недобросовісної конкуренції [Электронный ресурс] : Закон України від 7 червня 1996 р. № 236/96-ВР // Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://goo.gl/Dhe3eN>. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

7. Варемко В. Таблетка от жадности: как карают за недобросовестную рекламу [Электронный ресурс] / В. Варемко // Контракты.ua. – Режим доступа: <http://kontrakty.ua/article/63960>. – По состоянию на 27.06.2013. – Загл. с экрана.

8. Огляд характерних справ, розглянутих Антимонопольним комітетом України у 4 кварталі 2012 року [Электронный ресурс] // Антимонопольний комітет України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/93853>. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

9. Огляд характерних справ, розглянутих Антимонопольним комітетом України у 2 кварталі 2012 року [Электронный ресурс] // Антимонопольний комітет України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/90300>. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

10. Усова А. Рекламные битвы, или Как не перехвалит свой товар [Электронный ресурс] / А. Усова // Forbes Украина. – Режим доступа: <http://goo.gl/66Y4na>. – По состоянию на 07.01.2015. – Загл. с экрана.

11. В чем чаще всего проявляется «недобросовестная конкуренция» и как с ней бороться? Опыт 2012 – тенденции 2013 [Электронный ресурс] // Правовой альянс : [сайт организации]. – Режим доступа: <http://www.legalalliance.com.ua/rus/press/2068>. – По состоянию на 15.08.2013. – Загл. с экрана.

12. Болотная О. В. Маркетинг взаимоотношений как современная концепция маркетинга [Электронный ресурс] / О. В. Болотная // Траектория науки. – 2015. – Т. 1. – № 2-3. – Режим доступа: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/16>. – Загл. с экрана.

Ethical aspects of advertising in the struggle for consumer confidence

Galavtina Anna

V. N. Karazin Kharkiv National University, Bachelor's Degree student specialty «Marketing», Ukraine

Zharaya Karyna

V. N. Karazin Kharkiv National University, Bachelor's Degree student specialty «Marketing», Ukraine

Abstract. This article discusses the issues associated with ethical aspects of advertising activities of the enterprise and consumer perception. The significance of this study is primarily due to the fact that in today's world, the realization of any products (goods) is impossible without advertising support. The consumer has the right to receive the necessary, affordable, reliable and timely information about the product, which allows its conscious and informed choice. The purpose of this article is to reveal the problematic issues of ethics and truthfulness in advertising and to show their influence on consumer choice.

The results of the study show that consumers tend to choose the product, which they are more informed about, even being aware of the shortcomings of this product. Companies, open to consumers, increasingly come into market leaders.

Keywords: advertising, advertising credibility, honest advertising, unfair competition, consumer.

© A. Galavtina, K. Zharaya

Економічна думка Карла Коберського та її вплив на розвиток фінансово-економічної та кооперативної освіти на західноукраїнських землях у другій половині XIX – початку XX сторіччя

Голубка Михайло Михайлович

Львівський кооперативний коледж економіки і права, завідувач циклової комісії фінансів і кредиту, викладач вищої категорії, Україна

Анотація. У статті проаналізовано громадсько-просвітницьку діяльність теоретика, кооператора та економіста Карла Коберського та його вплив у розвиток фінансово-економічної та кооперативної освіти. Даний діяч посідає важливе місце у історії розвитку освіти та економіки, завдяки його завзятій громадській позиції та дослідженню історії кооперативного шкільництва. Дослідження діяльності Карла Коберського, як свідчить практика, описують здебільшого або з точки зору історії або з позиції педагогіки. Наша мета характеризувати діяльність вченого та його економічну думку з економічної сторони та її значення на фінансово-економічну та кооперативну освіту.

Активна пропагандистська та організаційна діяльність К. Коберського вагомо вплинула на піднесення сільської культури, поширення кооперативного руху, торгівлю, банківську справу та розвиток підприємництва.

Вагомий етап економічного та суспільного становлення Західної України відбувся після воєнних дій, коли з'явилася необхідність відновлення господарств та навчання фахових спеціалістів на селі. Інтелігенція краю прагнула залучити селянство до економічної самоорганізації. Педагоги того часу розглядали професійну освіту як чинник соціального розвитку та незалежності. В умовах жорстких заборон та утисків почало формуватися кооперативне шкільництво. Досить поширеними були різноманітні громадські організації, об'єднання та спілки, що сприяли формуванню національної свідомості населення.

Подальшого поглибленого дослідження вимагає праця Карла Коберського та його місце у кооперативно-економічній сфері, яке дасть змогу вдосконалювати управління навчальними закладами та ефективно розвивати фінансово-економічну та кооперативну освіту.

На сьогодні, коли має місце процес розвитку ринкових відносин, ідеї освітньо-економічної спадщини Карла Коберського набувають актуальності, бо вони можуть використовуватися з метою покращання напрямків економічної освіти та наукової і методичної роботи в установах економічного спрямування. Карл Коберський як відомий громадський діяч зміг багато досягти у фінансово-економічній сфері, зокрема шляхом написання статей про кооперацію та пропагування даних ідей на селі.

Ключові слова: економічна думка, Карл Коберський, фінансово-економічна та кооперативна освіта, шкільництво, кооперація.

Вступ

Досить актуальним є дослідження громадсько-просвітницької діяльності теоретика, кооператора та економіста – Карла Коберського. Даний діяч посідає важливе місце у історії розвитку освіти та економіки, завдяки його завзятій громадській позиції та дослідженню історії кооперативного шкільництва.

Дослідження діяльності громадсько-просвітницького теоретика, кооператора та економіста Карла Коберського, як свідчить практика, описують здебільшого або з точки зору історії або з позиції педагогіки. Дуже рідко зустрічаємо праці, що характеризують діяльність Карла Коберського та його думки з економічної сторони або інших позицій.

Мета статті – дослідження прогресивних ідей вченого, теоретика, кооператора та економіста Карла Коберського; аналіз їхнього впливу на подальший розвиток фінансово-економічної та кооперативної освіти у Західному регіоні України у другій половині XIX – початку XX сторіччя з економічної точки зору.

Результати дослідження

У сучасних умовах важливим є висвітлення надбань освітньо-економічної діяльності культурних та громадських науковців, педагогів минулого. Трансформаційні процеси економіки України вимагають повернення кооперативних традицій, що були поширені у кінці XIX та на початку XX ст.

Спершу відзначимо, що окрім праць самого К. Коберського [2-9], також мають місце і погляди інших науковців сучасності на економічну думку даного діяча. Ось до прикладу результати досліджень науковців Т. М. Вісиної [1] та Г. І. Шайнер [12], їхні наукові доробки дають підстави виокремити наступні факти активної економічно-освітньої діяльності К. Коберського, а саме:

1. Будучи редактором «Кооперативної Республіки» (1928-1934 рр.), К. Коберський практично кожного випуску чергового номера друкував на сторінках видання власні наукові статті, присвячені проблемам кооперації, також друкував свої економічні ідеї у часописах УСРП «Громадський голос» та «Проти хвилі». Економічна думка К. Коберського, зокрема, виявлялася через його сприйняття кооперації як такої організації, котра дає змогу зберегти «здорову» конкуренцію та створює сприятливі для можливості економічного зростання, – з одного боку, а з іншого, – сприяє максимально можливому обмеженню негативних тенденцій, котрі помітні у розвитку приватного капіталу [1].

2. К. Коберський, будучи активним громадським діячем, також входив до Головної управи УСРП та був у ній економічним референтом. Економічні погляди К. Коберського та його практична діяльність мали суттєвий вплив на розвиток кооперативного руху Західної України кінця XIX – початку XX століття [1].

3. Українським економістом-кооператором К. Коберським було розроблено методичні рекомендації для освітніх кооперативних курсів, а також впорядковано їх діяльність. Відзначимо, що у комплект навчальних програм входили фахові предмети, котрі поділялися на економічно-правову та організаційно-практичну групи. К. Коберський викладав такі предмети: організація промислу, торгівля та кредит, економічна географія земель Західного регіону України, історія та теорія кооперації. З організаційно-практичної групи

фахових дисциплін К. Коберський викладав такі предмети: організація кооперативного підприємства та принципи торгівельної і виробничої калькуляції. Окремо відзначимо, що це далеко не усі заслуги українського кооператора К. Коберського. Так, цей діяч також займався розробкою теоретико-методологічних та педагогічних положень в частині становлення та функціонування кооперативного шкільництва на теренах Галичини. К. Коберський надавав суттєвого значення таким напрямкам як: кооперація, комерція, підприємництво в господарському житті народу та у процесі формування змісту національної освіти [12].

Тепер трохи зачепимо життєвий шлях діяча. Так, народився К. Коберський у 1890 р. в с. Залісся. Досить рано почав цікавитися політикою та брав участь у роботі Драгоманівського гуртка. Згодом став членом «Просвіти» та молодіжної організації «Пласт» [11]. Навчався у Празі, де й одержав ступінь доктора та професора економіки. У 1927 р. повернувся до Львова та став активно пропагандувати кооперативну ідею, а також брав участь у заснуванні різноманітних кооперативів, таких як «Комета», «Базар» «Зоря» та чимало інших. Також Карло Коберський був членом Наукового Товариства імені Шевченка, яке було досить відомою науковою організацією гуманітарних і точних наук та яка вже понад 120 років сприяє розвитку української науки.

Вагомий етап економічного та суспільного становлення Західної України відбувся після воєнних дій, коли з'явилася необхідність відновлення господарств та навчання фахових спеціалістів на селі. Інтелігенція краю прагнула залучити селянство до економічної самоорганізації. Педагоги того часу розглядали професійну освіту як чинник соціального розвитку та незалежності. В умовах жорстких заборон та утисків почало формуватися кооперативне шкільництво. Досить поширеними були різноманітні громадські організації, об'єднання та спілки, що сприяли формуванню національної свідомості населення.

Активна пропагандистська та організаційна діяльність К. Коберського вагомо вплинула на піднесення сільської культури, поширення кооперативного руху, торгівлю, банківську справу та розвиток підприємництва. Саме у той період побачили світ праці К. Коберського, у яких він переконував, що кооперативний рух має започатковувати умови справжнього життя українського народу [2, с. 7]. К. Коберський є автором багатьох праць, що присвячені питанням кооперації, в котрих він бачив шлях до розвитку української нації та рішення різноманітних проблем «господарської політики» [5; 7; 8].

Науковець розглядав кооперативне шкільництво крізь призму гуманізму, а поняття «кооперація» пояснював так: «Слово «кооперація» означає співпрацю, спільну діяльність, спілчанство... Слово «кооперація» виникло вперше в Англії.... В українській мові вживалося давніше слово «спільництво» або «спілчанство», але згодом всі прийняли міжнародний вираз «кооперація». Це тому, що спільництво може бути і капіталістичне, отже противне духові кооперації; для більшої ясності вживаємо слово «кооперація», яке включає непорозуміння» [4, с. 8].

У повоєнний час громадські лідери спробували організувати українську кооперацію як фінансово забезпечену організацію. Наприкінці XIX ст. на західноукраїнських землях поширення набувають кредитні кооперативи, так звані «райффайзенки», названі так на честь їх засновника. Кінець XIX ст. характеризується поширення фінансових та кредитних товариств, які здійснювали можливість незалежності від іноземного окупування банків, яке на той час було поширене на Західній Україні. Українська еліта того часу прагнула перетворити дані кооперативи в засіб самоствердження та розвитку українського народу. Завдяки цій створеній мережі «райффайзенок» відбувалася успішна боротьба з кредитною та товарною лихвою. К. Коберський стверджував, що потрібно витіснити лихварство шляхом вкладання капіталу в кооперативні каси, аби отримувати кредитні кошти могли ті люди, які їх потребують: «... нове українське покоління, яке має виховати райффайзенка, має бути тверезе і ощадне...» [4].

У період між війнами, коли частина українських земель входила до складу Речі Посполитої, чимало громадських діячів ініціювали розвиток традицій національної свідомості шляхом поширення української кооперації. Зокрема, К. Коберський у одному з видань «Кооперативної Республіки» закликав розбудовувати кредитну кооперацію на селі задля запобігання загарбницького лихварства та створення цивілізованих форм кредитування. Він прагнув звести до мінімуму усі негативні тенденції, які мали місце під час розвитку приватного капіталу, особливо на межі 20-30-х рр. XX ст.

Карло Коберський, дослідивши усі вади кооперації на Україні прагнув приділити більше уваги кооперативному вихованню [6, с. 293]. Метою його концепції було прагнення залучити молодь до роботи кооперативних товариств та поглиблювати їх знання у сфері кооперації.

Постійно К. Коберський звертав увагу на те, що кооперація має значну роль для бездержавних кордонів, оскільки завдяки їй можна зміцнити своє господарське та культурне життя. Він зазначав: «Одначе невільно надуживати клича «свій до свого». Треба давати добрий товар і добру ціну, тоді матимемо право послуговуватися тим кличем» [9, с. 95].

Вагомий внесок у розвиток освітньо-економічної діяльності на західноукраїнських землях зробив К. Коберський, а саме:

- розробив педагогічні принципи та положення кооперативного шкільництва;
- висунув пропозицію відкрити школи для кооперативних робітників, які повинні були замінити місячні кооперативні курси [3];
- запропонував методичні рекомендації та удосконалення до навчальних програм (наприклад, «Плани і програми кооперативних курсів»);
- займався викладацькою діяльністю, викладав організацію промислу, принципи торгівельної калькуляції, історію й теорію кооперації та інші [10];
- очолював редакцію «Кооперативної Республіки», майже у кожному виданні друкував свої статті;
- був одним із засновників видавництва «Самоосвіта», яке займалося видавництвом праць, що стосувалися аспектів кооперативного будівництва;

- брав активну участь у роботі «вакаційних курсів» – курсів, які влаштували влітку в гірській місцевості і на яких викладали кооперативну ідеологію та ін.

Освітня спадщина Карла Коберського сповнена ідеями про розбудову українського економічного шкільництва, практичними порадами щодо спеціальної фахової освіти, кооперативного виховання молоді та організації шкільних кооперативів. Проте, за умов політичного і економічного пригнічення західноукраїнських земель, ці ідеї не могли бути цілком реалізовані.

З приходом на територію Західної України радянської влади у 1939 р. К. Коберський за спробу емігрувати за кордон нелегально був арештований і від тоді вважається зниклим без вісті.

Висновки

На сьогоднішній день, коли має місце процес розвитку ринкових відносин, ідеї освітньо-економічної спадщини Карла Коберського набувають актуальності, бо вони можуть використовуватися з метою покращення напрямків економічної освіти та наукової і методичної роботи в установах економічного спрямування. Карл Коберський як відомий громадський діяч зміг багато досягти у економічній сфері, зокрема шляхом написання статей про кооперацію та пропагування даних ідей на селі.

Подальшого поглибленого дослідження вимагає праця Карла Коберського та його місце у кооперативно-економічній сфері, яке дасть змогу вдосконалювати управління навчальними закладами та ефективно розвивати фінансово-економічну та кооперативну освіту.

Перелік використаних джерел

1. Вісіна Т. М. Еволюція кооперативних ідей у Волинському воєводстві в 20–30-х роках ХХ століття / Т. М. Вісіна, В. В. Вісин // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Гуманітарні науки. – 2013. – Вип. 11. – С. 86-95.
2. Коберський К. Вільне спілчанство (кооперація) – шлях до піднесення народу / К. Коберський. – Львів : Самоосвіта, 1935. – 40 с.
3. Коберський К. За вишкіл кооперативного робітника / К. Коберський // Кооперативна Республіка. – Львів : [Б. в.], 1929. – Чис. 7-8. – С. 292–301.
4. Кооперативний буквар : перша книжка кооперативного навчання / упоряд. К. Коберський. – Львів : наклад. ревіз. союзу укр. кооператив., 1928. – 148 с.
5. Коберський К. Планове господарство: Велика проблема нашої доби / К. Коберський. – Львів : [Б. в.], 1937. – 98 с.
6. Коберський К. Прогалини в роботі / К. Коберський // Кооперативна Республіка. – Львів : [Б. в.], 1931. – Чис. 7-8. – С. 292-300.
7. Коберський К. Солідаризм як одна з підставових прикмет української психіки (Ю. Липа «Призначення України». Л., 1938) / К. Коберський // Кооперативна Республіка. – 1938. – Ч. 6.

8. Коберський К. Україна в світовому господарстві / К. Коберський. – Львів : [Б. в.], 1935. – 123 с.

9. Коберський К. Щоб слово не прогуло марно / К. Коберський // Кооперативна Республіка. – Львів : [Б. в.], 1929. – С. 95-96.

10. Курс для кооперативних організаторів-інструкторів // Кооперативна Республіка. – Львів : [Б. в.], 1928. – Чис. 1. – С. 50-51.

11. Ладик О. Галичанин, який сповідував класову боротьбу [Електронний ресурс] / О. Ладик // Нова іскра. – 2013. – 17 червня. – Режим доступу: <http://goo.gl/ymAJQL>. – Назва з екрана.

12. Шайнер Г.І. Розбудова кооперативного шкільництва в Західній Україні крізь призму педагогічної діяльності К. Коберського / Г.І. Шайнер // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – 2015. – Випуск 52. – С. 320-326.

© М. М. Голубка

Carl Koberskyi's economic opinion and his influence on the development of finance-economics and co-operative education in western Ukraine in the second half of XIX – beginning of XX century

Holubka Mykhailo

*Lviv Cooperative College of Economics and Law, Head of Department of Finance and Credit,
Lecturer of the Highest Category, Ukraine*

Abstract. The article analyses the public-elucidative activity of theorist, co-operator and economist Carl Koberskyi and his influence on the development of financial-economical and co-operative education. This figure occupies an important place in the history of education and economy, due to his zealous public position and research of history of co-operative schooling. As practice testifies, research of Carl Koberskyi's activity is described mostly either from the point of view of history or pedagogic. Our aim is to characterize the activity of the scientist and his economic ideas from the point of view of economics and to define their value for finance-economics and co-operative education.

Carl Koberskyi's active propagandist and organizational activity influenced the development of rural culture, distribution of co-operative motion, trade, banking and development of enterprise greatly.

Weighty stage of economic and public establishment of western Ukraine took place in the after-war time, when the necessity of proceeding in economies and studies of professional specialists appeared in rural districts. Intelligent workers of the region strived to involve the peasantry into economic self-organization. At that time teachers considered trade education as a factor of social development and independence. Co-operative schooling began to be formed in the conditions of hard prohibitions and oppressions. Various public organizations, associations and unions that assisted the formation of national consciousness of population were quite widespread.

Carl Koberskyi's labour activity and his place in the co-operatively-economic sphere require further deep research, which will enable to improve the management of educational establishments and to develop finance-economics and co-operative education more effectively.

Today, in the time of market relations development, Carl Koberskyi's ideas of educationally-economic inheritance acquire special actuality, as they can be used with the aim of improvement of economic education directions, scientific and methodical work in establishments, connected with the sphere of economics. Carl Koberskyi as a well-known public figure managed to achieve much in the finance-economics sphere, in particular by writing articles about co-operation and promoting these ideas in villages.

Keywords: economic idea, Carl Koberskyi, finance-economics and co-operative education, schooling, co-operation.

© M. Holubka

Мода та її вплив на поведінку споживачів

Хомутова Ольга Олександрівна

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, здобувач освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Маркетинг», Україна

Терзян Юлія Грантівна

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, здобувач освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Маркетинг», Україна

Анотація. У статті розглядаються питання, пов'язані з впливом моди на поведінку споживачів. Значимість цього дослідження обумовлена, насамперед тим, що в сучасному світі наростає процес розвитку суспільства споживання і саме мода є соціальним регулятором людської діяльності. Метою даної статті є з'ясування, який саме вплив здійснює мода на поведінку споживачів (негативний чи позитивний), і чи є вона засобом індивідуалізації людини. Результати дослідження показали, що слідування моді виявляє ставлення споживача до суспільства, до навколишнього світу, до самого себе. З одного боку, особистість хоче зберегти свою індивідуальність, з іншого боку, прагне ідентифікувати себе з іншими членами суспільства. Приховане бажання підкорятися моді бореться з прагненням бути незалежним від неї, не наслідувати інших, а відрізнитися від них.

Ключові слова: поведінка споживачів, мода, вплив моди.

Вступ

У сучасному нестабільному суспільстві поведінка споживачів обумовлено нестійкістю змін у всіх сферах життєдіяльності, які призвели до появи якісно нових форм регуляції суспільної поведінки широких верств населення. Соціокультурна криза суспільства дедалі більше вабить розрив традиційних систем, серед яких можна назвати мораль, звичай, право та ін., що, у свою чергу, викликає порушення функціонування в суспільстві системи традиційних цінностей. При цьому, мода, будучи соціальною нормою, незмінно залишається одним з головних механізмів впливу на поведінку споживачів.

Питання впливу моди на поведінку споживачів розглядали Н. Я. Колужнова, О. І. Мазилкіна та інші [4, 5].

Актуальність представленої теми обумовлена, насамперед тим, що в сучасному світі наростає процес розвитку суспільства споживання і саме мода є соціальним регулятором людської діяльності. Вона виступає одним з найважливіших факторів, що впливають на поведінку споживачів, формує їх образ і стиль життя, і так само є засобом управління ціннісними орієнтаціями індивідів.

Метою даної статті є з'ясування, який саме вплив здійснює мода на поведінку споживачів (негативний чи позитивний), і чи є вона засобом індивідуалізації людини.

Результати дослідження

Мода бере свій початок від французького слова «mode», що означає міра, образ, правило, розпорядження. Мода становить собою тимчасове панування певного стилю в якій-небудь сфері життя або культури. Вона визначає стиль або тип одягу, ідей, поведінки, етикету, способу життя, мистецтв, літератури, архітектури, розваг та ін., який популярний у суспільстві в певний період часу. Поняття моди часто означає неміцну і популярність, яка швидкоплине [2]. Обов'язковим атрибутом моди вважається погоня за новинкою, при цьому ступінь цієї новизни предмета або явища залежить не стільки від його об'єктивного часу створення, скільки – від моменту здобуття їм популярності і публічного визнання.

Питаннями про сутність моди займався вчений Г. Зіммель [1]. На його думку, модні речі – це розпізнавальні знаки, які вказують на приналежність до еліти, а мода – прагнення низів наслідувати еліту.

Моди не існувало в первісному суспільстві, тому що ступінь соціальної нерівності між людьми, ступінь поділу людей на еліту і масу в первісному суспільстві був невисоким. У кастовому суспільстві мода не змінювалася століттями, тому що більшість за законом не мала права наслідувати еліті. В середні віки в Західній Європі тільки представники еліти – дворяни і священники – мали право носити модні речі. Представникам нижчих прошарків це було заборонено за законом. У Новий Час були скасовані правові заборони на носіння будь-якого одягу, зросла швидкість вертикальної мобільності і зникла потомствена аристократія. При капіталізмі більшість стала прагнути наслідувати еліті і носити модні речі з метою бути схожою на представників еліти хоча б зовні. Тому сьогодні еліта змушена постійно вигадувати нову моду, щоб виділитися з загальної маси [1].

Проте мода – це не тільки засіб демонстрації свого соціального статусу, так вона може виступати як засіб спілкування між людьми, тобто формою масової комунікації. Мода має можливість функціонувати як міжгрупова комунікація і як внутрішньогрупова комунікація. Мода пов'язана з основними соціально-психологічними механізмами спілкування: навіюванням, зараженням, переконанням, наслідуванням. Ще в XIX ст. з'явилися трактування моди як наслідування (Г. Спенсер: «Мода за своєю суттю є наслідуванням»). Вирішальну роль в історії моди зіграли два стимули, це повага і змагання, які проявлялися в наслідуванні з поваги і в наслідуванні з суперництва. Наслідування з поваги переважало при абсолютизмі, коли смаки короля ставали безумовними модними стандартами. Королі, а так само їхні наближені, були законодавцями моди – яскравим тому прикладом був король Франції Людовик XIV («Король – Сонце»). У буржуазному суспільстві ця роль переходить до всіх, хто на виду: в XIX ст. наслідували акторам (Тальма, М. Талі-оні, С. Бернар), поетам (лорду Дж. Байрону), політичним діячам (С. Болівару, Дж. Гарібальді), у XX ст. – кінозіркам, популярним поп- і рок-музикантам, політикам, топ-моделям та іншим [6].

Мода включає в себе три фази, за допомогою яких вона, так чи інакше, впливає на поведінку споживачів: виробництво модних речей, їх споживання, а також розповсюдження об'єктів моди і стандартів поведінки. Кожна з них являє собою певну цінність, однак, остання має найбільший вплив на споживачів. Дана фаза передбачає доведення модних моделей до максимально широкої публіки, за допомогою прямої та прихованої реклами. У першому випадку індивідуумам прямо повідомляють про появу нового товару, який в силу тих чи інших причин, придбав статус об'єкта моди. У другому випадку споживачам показують представників референтних груп. У слідстві, якщо ця група вибрала якісь моделі, то за нею піде і маса.

Під впливом моди людина прагне бути схожою на свою еталонну групу і відрізнитися від тих, хто до цієї групи не належить. В якості еталонних груп частіше за все виступають впливові публічні люди, чиє споживання значною мірою на увазі: популярні актори, тележурналісти, зірки спорту і т.п. Часом творцями моди виступають ті чи інші політичні діячі. Так, американський экс-президент Джон Кеннеді, що відрізнявся кучерявою шевелюрою, відмовився носити поширений тоді капелюх. Це зробило неабиякий вплив на поведінку споживачів: ці головні убори перестали здаватися їм привабливими та модними, після чого попит на них став поступово скорочуватися і продажі впали [6].

Сьогодні така поведінка не є виключенням. Велика кількість споживачів орієнтуються на інших людей і робить вибір в залежності від вибору своїх авторитетів. І це стосується не тільки одягу, але і зовнішнього вигляду, техніки, книг, музичних вподобань і т.д. Поглиблюючись у це питання було проведено дослідження, для якого розроблена анкета «Вплив моди в процесі прийняття рішення про покупку», за допомогою сайту Anketolog.Ru. Дослідження проводилось з 4 по 19 грудня 2015 року. В опитуванні взяло участь 150 осіб, віковою категорією 16-60 років, наступних соціальних груп (у %): навчаються (49), працюють (33), навчаються і працюють (13), не навчаються і не працюють (5).

Кожній з груп було поставлене запитання наступного характеру: «Які з нижчезазначених дій ви здійснювали, бо це було модно?». Дозволялося обирати декілька відповідей. Всього було опитано 150 осіб. Результати наведені на рис. 1. Можна зробити висновок, що вплив моди на поведінку споживача особливо актуальний в процесі вибору модного одягу, не зважаючи на те, до якої соціальної групи відноситься індивідуум. Якщо поглибитися у вивчення цього процесу, то умовно його можна представити наступними стадіями [4].

1. На стадії первинного ознайомлення з модним об'єктом споживач піддається впливу повідомлення про нього, але ще позбавлений досить повної інформації і внаслідок цього може відчувати тривогу. Тривожність зазвичай розглядають як реакцію на невизначену ситуацію, яка потенційно несе в собі небезпеку. У стані тривоги людина відчуває себе беззахисною. У разі тривоги небезпека прихована і суб'єктивна, тому реакція тривоги непорівнянна, оскільки вона, як правило, включає і уявні перешкоди.

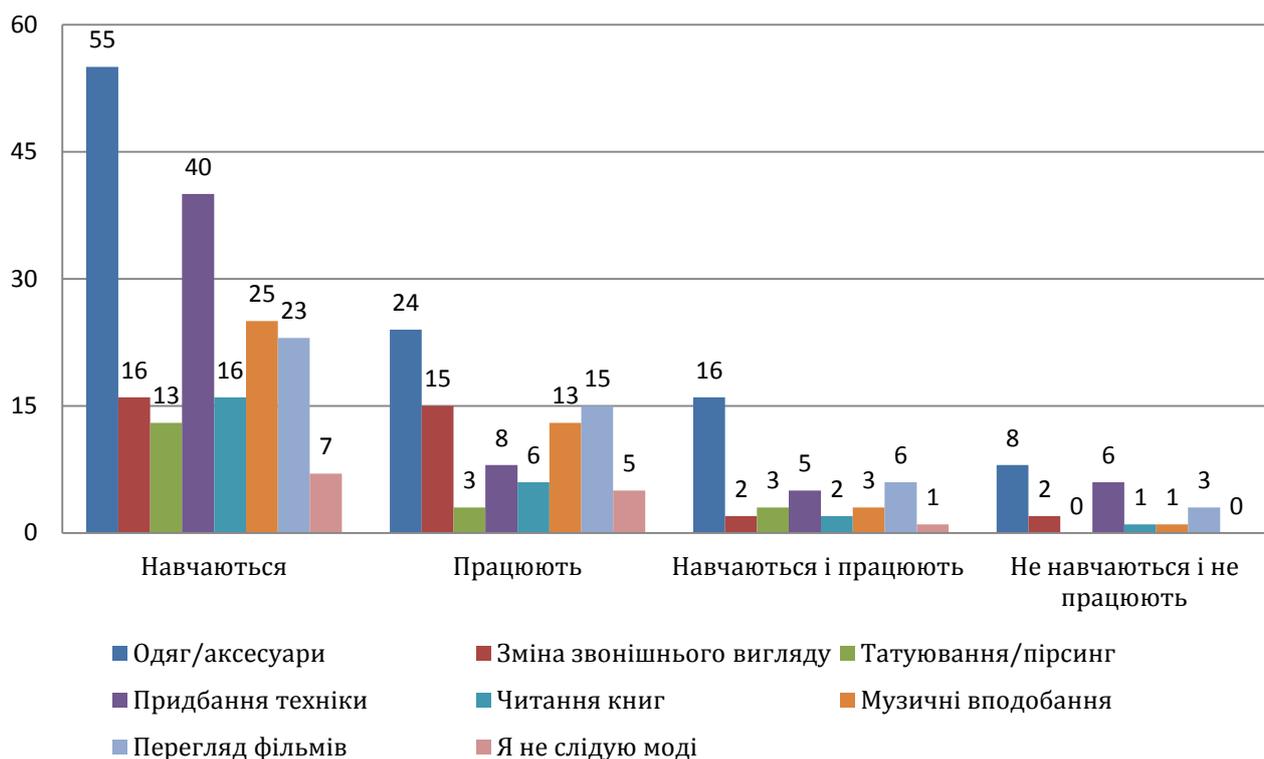


Рисунок 1 – Вплив моди на вибір споживачів за результатами авторського ad-hoc дослідження

2. На стадії інтересу споживач включається в пошук додаткової інформації про модний об'єкт. Суб'єктивно (для нього) інтерес виявляється в позитивному емоційному тоні, тобто в індивіда виникає «інтерес збудження», почуття зачарованості, цікавості. При інтенсивному інтересі споживач відчуває себе натхненним і жвавим. Навіть при відносній нерухомості зацікавлений споживач відчуває, що він «живе і діє». Психологічні ефекти даної стадії легко можуть бути виявлені в поведінці жінок. Позитивний емоційний фон пошуку додаткової інформації про модний об'єкт посилює значимість мети, якою слідує більшість жінок при покупці одягу – підняти собі настрій.

3. На стадії оцінки модного об'єкта споживач у своїй свідомості як би приміряє моду до сьогодення і майбутній ситуації і приймає рішення про те, щоб випробувати її. Іноді причиною позбавлення смаку і неохайного одягу є не відсутність уміння носити одяг, а байдужість і пасивність. Слід підкреслити, що дана стадія має місце лише при свідомому виборі модного об'єкта.

4. На стадії випробування суб'єкт моди піддає модний одяг «експериментальній» перевірці для визначення її відповідності своїм потребам і цінностям соціального середовища. Жінки при виборі модного одягу схильні прислухатися до думки оточуючих. Вони можуть пожертвувати зручністю одягу заради того, щоб справити враження на інших людей. У той час як чоловіки орієнтовані, головним чином, на свою думку і вибирають одяг не тільки модний, але і зручний.

5. На стадії прийняття рішення споживач стає прихильником модного стандарту і здійснює покупку або робить індивідуальне замовлення.

Остаточний вибір модного виробу знімає емоційну напругу і супроводжується переважно емоціями радості. Причому, у більшості жінок остаточний вибір модного одягу супроводжується підвищенням емоційного тону, у той час, як психологічний стан чоловіків можна охарактеризувати як емоційно-когнітивний або стримано-розважливий. Розглянемо емоції споживачів після придбання модного одягу в табл. 1.

Таблиця 1 – Емоції споживачів після придбання модного одягу [4]

Жінки		Чоловіки	
Емоції	%	Емоції	%
Задоволення	60	Задоволення	65
Радість	60	Радість	40
Збудження	42	Збудження	25
Інтерес	35	Інтерес	17
Активність	32,5	Активність	12
Напруга	30	Напруга	7,5
Впевненість	7.5	Впевненість	7.5
Страх	0	Страх	0

Також, у процесі покупки, всі споживачі діляться на групи залежно від їх активності в моді. Американський дослідник Е. Роджерс виявив такі групи [7]:

1. Новатори, або експериментатори – ті, хто готові експериментувати і створювати нову моду. Саме на цих споживачів розраховані колекції одягу авангардних дизайнерів, що пропонують нові стилі і екстравагантні форми.

2. Ранні послідовники – ті, хто першими підхоплюють нову моду і є лідерами в своєму середовищі. Для цих споживачів розробляють одяг, в якому присутні новітні модні тенденції у формах, кольорі, структурах матеріалів.

3. Рання більшість – ті, хто слідує моді, але з обережністю, відкидаючи всі крайності в моді. На цю групу розраховані лінії одягу, в яких присутні модні тенденції, але в «пом'якшеному» вигляді.

4. Запізніла більшість – ті споживачі, які слідують новій моді тільки тоді, коли вона широко пошириться в суспільстві. Вони скоріше слідують попередній моді, не беручи новітні форми і стилі.

5. Відстаючі, чи консерватори (традиціоналісти) – ті споживачі, які відкидають модні тенденції, приймаючи нововведення тільки тоді, коли вони перестають бути модними. На цих споживачів розраховані колекції одягу в класичному стилі, в яких відсутні модні ознаки.

Найбільш активний вплив мода справляє на лідерів – перших розповсюджувачів модних стандартів і зразків, які намагаються зайняти лідерську позицію в моді заради задоволення свого почуття винятковості і виділення себе в групі. Мода штовхає їх до екстравагантності і постійного пошуку нових зразків.

У ході дослідження респондентам було поставлене питання наступного змісту: «Яка з нижче наведених відповідей характеризує Вас найбільш точно:
- Ви готові експериментувати і створювати нову моду;

- Ви одним із перших підхоплюєте нову моду;
- Ви наслідуєте моду, але з обережністю, відкидаючи всі крайності;
- Ви слідкуєте моді тоді, коли вона широко поширюється в маси;
- Ви вважаєте, що краще не експериментувати з модними тенденціями.

За результатами дослідження, було встановлено, що найбільший відсоток респондентів віднесли себе до споживачів, що слідують моді, але з обережністю. Таким чином, виявлено, що 45 % опитуваних складає «рання більшість». Детальніша інформація представлена на рис. 2.

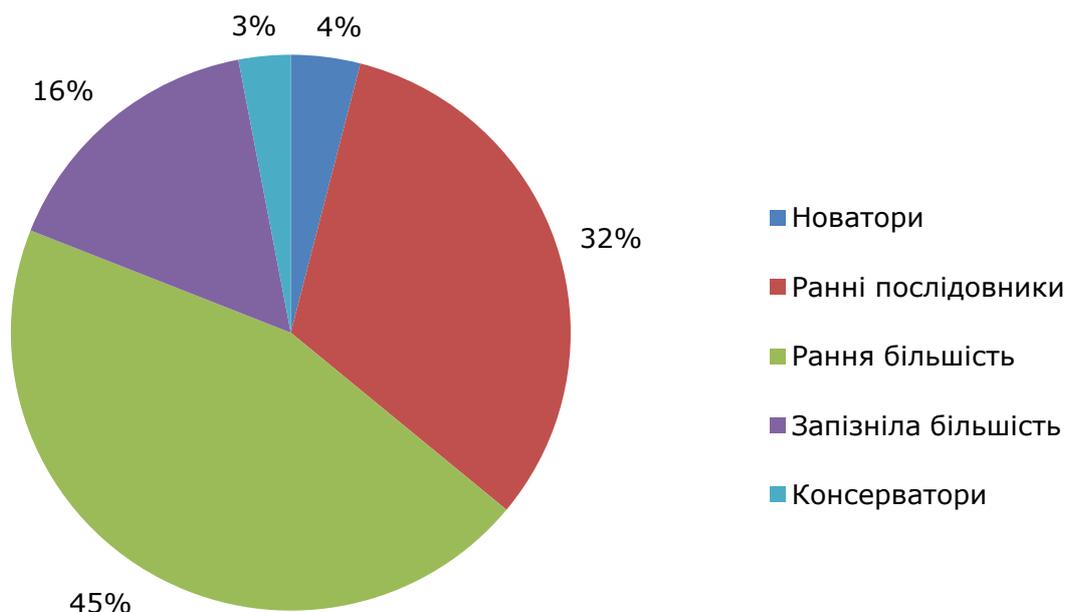


Рисунок 2 – Структура споживачів залежно від їхньої активності у моді за результатами авторського ad-hoc дослідження

Також, у ході дослідження, було визначено, що 84 % опитуваних мають уявлення про поняття «мода», однак лише 8 % вміють розбиратися в ній. На питання «Чи здійснює мода вплив на людину?» 26 % осіб відповіли «так, позитивний», 29 % зазначили «так, негативний» і 44 % відповіли «ні, не здійснює»

Сьогодні поширення моди є результатом більш широкого соціального процесу звільнення людини від стереотипів і норм традиційного доіндустріального суспільства, які обмежували можливості розвитку особистості. Але, чи можна стверджувати, що в гонитві за модою людина розвиває свою індивідуальність? Адже коли зовнішня норма модної поведінки приймається споживачем і стає його внутрішньою потребою, мода перетворюється на цінність. Ми прийшли до висновку, що не можна. Тому що у такому випадку, вплив моди споживачем не помічається і він упевнений в тому, що робить ті чи інші покупки, абсолютно добровільно. За даними проведеного дослідження 47% осіб відповіли, що всі люди, так чи інакше, підкорюються модним тенденціям, але просто цього не усвідомлюють. 36% опитуваних вважають, що не схильні до впливу моди, при цьому 20% з них хоча б раз купували речі, які

вважали модними. З цього можна зробити висновок, що велика кількість споживачів хоч і намагається не слідувати моді, але усе одно відчуває її вплив на власну поведінку.

Висновки

Підводячи підсумок, можна сказати, що слідування моді виявляє ставлення споживача до суспільства, до навколишнього світу, до самого себе. З одного боку, особистість хоче зберегти свою індивідуальність, з іншого боку, прагне ідентифікувати себе з іншими членами суспільства. Приховане бажання підкорятися моді бореться з прагненням бути незалежним від неї, не наслідувати інших, а відрізнятись від них. Також, можна зробити висновок, що мода має як позитивний так і негативний вплив. З одного боку вона виключає справжній вибір, пропонуючи споживачеві готові варіанти, стандартні зразки поведінки, яким можна бездумно слідувати, і разом з тим підтримує ілюзію розвитку індивідуальності. З іншого, нові ідеї, що мають соціальну цінність, еталонні соціальні стандарти поведінки або навіть еталонний образ життя можуть бути поширені на широку сферу імітації модного зразка. Маса приймає їх не тому, що бачить у них цінність і корисність, а тому, що наслідує їх як модне явище. При цьому модними можуть ставати і вельми сумнівні цінності, які завдяки наслідуванню в моді набувають масового характеру. Але не зважаючи ні на що мода досі є одним із головних чинників, що диктують членам даного суспільства певну модель споживчої поведінки.

Перелік використаних джерел

1. Зиммель Г. Избранное : в 2 т. / Г. Зиммель ; [сост.: С. Я. Левит, Л. В. Скворцов ; отв. ред. Л. Т. Мильская]. – Москва : Юристъ, 1996. – Т. 2: Созерцание жизни. – 607 с.
2. Кибалова Л. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Кибалова, О. Гербенова, М. Ламарова ; пер. с чешск. – Прага : Артия, 1987. – 608 с.
3. Килошенко М. И. Психология моды : [концепции моды и история костюма, мода и социальное поведение личности, психология выбора модного объекта, психология одежды, стиль, имидж, психологическая карта профессий модного бизнеса, психология и прогнозирование моды] / М. И. Килошенко. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва [и др.] : Питер, 2014. - 318 с.
4. Колюжнова Н. В. Мода как фактор потребительского поведения [Электронный ресурс] : статья / Н. В. Колюжнова // Элитариум 2.0 : образовательная система. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/moda_kak_faktor. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.
5. Мазилкина Е. Поведение потребителей. Шпаргалка [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Мазилкина // Библиотека npre.ru. – Режим доступа:

http://www.nnre.ru/psihologija/povedenie_potrebitelei_shpargalka/index.php. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.

6. Уланова Е. Д. Мода как социальный феномен [Электронный ресурс] : курсовая работа / Е. Д. Уланова ; науч. рук. М. И. Килошенко ; Ленинградский гос. ун-т имени А. С. Пушкина // Мир знаний : образовательный ресурс. – Режим доступа: mirznanii.com/info/moda-kak-sotsialnyu-fenomen. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.

7. Участники модного процесса [Электронный ресурс] : статья / [стилист П. Рябинин] // Консультации по имиджу и стилю : сайт консалтинговой компании. – Режим доступа: http://sferastyle.ru/index_blog10.htm. – По состоянию на 01.09.2010. – Загл. с экрана.

© О. О. Хомутова, Ю. Г. Терзян

Fashion and its influence on consumer behavior

Khomutova Olga

V. N. Karazin Kharkiv National University, Bachelor's Degree student specialty «Marketing», Ukraine

Terzyan Julia

V. N. Karazin Kharkiv National University, Bachelor's Degree student specialty «Marketing», Ukraine

Abstract. The questions related to the influence of fashion on consumer behavior are researched in the article. The importance of this research is conditioned, first of all, by the fact, that in the modern world the process of the development of the society of consumption is growing, and it is fashion that has become the social regulator of human activity. The aim of this article is to find out, what influence fashion produces on the behavior of consumers (negative or positive), and whether it is a means of human individualization. The research results show, that following fashion demonstrates the attitude of a consumer to society, to the surrounding world, to himself. On the one hand, a person wants to preserve his or her individuality, on the other hand, strives to identify himself with other members of society. The hidden desire to submit to the fashion contests the aspiration to be independent of it, not to imitate others, but to be different from them.

Keywords: consumer behavior, fashion, influence of fashion.

© О. О. Хомутова, Ю. Г. Терзян

Исследование специфики применения фактора времени в современных экономических процессах

Кирий Валентина Васильевна

*Харьковский национальный университет радиоэлектроники, доцент кафедры
экономической кибернетики и управления экономической безопасностью, кандидат
экономических наук, доцент, Украина*

Гуца Олег Николаевич

*Харьковский национальный университет радиоэлектроники, доцент кафедры
экономической кибернетики и управления экономической безопасностью, кандидат
технических наук, доцент, Украина*

Аннотация. Целью статьи является исследование влияния времени, как параметра, на экономические процессы и выявление особенностей такого влияния. Современная экономическая ситуация характеризуется большой динамичностью, что требует дополнительного изучения влияния времени на экономические процессы, оценки результатов влияния. В процессе рассмотрения выявлено, что современное представление о времени, как об экономическом факторе, находится на стадии формирования. По результатам исследования показано, что фактор времени рассматривается в зависимости от двух основных признаков: масштаба экономического агента и длительности временного интервала, для которого рассматривается процесс.

Ключевые слова: фактор времени, экономические процессы.

Введение

Время, как экономическая категория, не имеет однозначного определения, хотя интерес к нему у экономистов возник довольно давно. Но попытка формализовать такое сложное и многогранное явление, как время, вызывает значительные трудности. Тем не менее, понимание сущности времени как экономической категории необходимо для глубокого изучения экономической динамики, планирования и прогнозирования процессов, протекающих во времени, а также для определения роли времени в экономике постиндустриального и информационного общества.

К актуальным и невыясненным вопросам экономического времени относится исследование свойств ограниченности времени, природы различных темпоральных горизонтов, а также построение адекватных содержанию феномена времени моделей его представления. Экономическое время представляет собой не только координатную прямую, относительно которой ведутся расчеты и представления других процессов. Это, скорее, неоднородная среда с неопределенными пока свойствами.

Необходимость существенного пересмотра относящихся ко времени понятий определяется исторически обусловленными проблемами экономи-

ческой теории. Генезис представлений о времени как экономическом ресурсе не был последовательным и непротиворечивым. Напротив, его отличают многогранность, многонаправленность, идейные прорывы и последующие откаты назад.

Как указывает Е. В. Балацкий, отсчет существования научного экономического анализа можно начинать с середины 19 века [1]. Процесс формализации накопившихся знаний отметил качественно новый этап в развитии экономического мышления. Именно этот период породил волну синтетических обобщений, результатом которых стали первые формулировки экономических законов. Такие законы формулировались на основе всеобщности постоянства их действия, т.е. вне временных параметров и характеристик. И с точки зрения гносеологии развития науки такие законы были аналогичны естественнонаучным законам механики в физике, арифметическим законам и аксиомам математики.

Однако, как и в случае с теорией относительности в естествознании, где время становится трансформируемым параметром исследуемой системы, так и в экономическом развитии время изменяет свои характеристики, сущностные влияния на процессы, а это требует дополнительных исследований, в т.ч. научно-прикладного характера.

Целью данного исследования является:

- изучение влияния времени как параметра на экономические процессы;
- выявление определяющих характеристических свойств времени, влияющих на протекание экономических процессов;
- отражение специфичных особенностей времени в качестве ресурса на результаты деятельности субъектов хозяйствования.

Результаты исследования

Развитие экономических отношений неразрывно связано с временными промежутками исторического развития общества. Изменения отношения экономистов ко времени можно проследить, исследуя развитие экономической науки. С известной долей обобщения можно сказать, что первые научные экономические закономерности строились на основе точечных, одномоментных результатов, полученных исследователями. Затем, для подтверждения выявленных закономерностей, использовали сравнительный анализ статистически наблюдаемых результатов хозяйственной деятельности для различных временных точечных оценок. Эту «подвижку» в исследованиях можно оценить как первый шаг учета временного ресурса. С введением учета времени как отдельных, но связанных в единую последовательность наборов – точек отсчета – время стало носить в законах экономики как бы константную основу (используя аналогию с исследованием и функциональным описанием естественно научных процессов). Время учитывалось, но его описание сводилось как бы к пониманию «не больше константы». Основным инструментом познания был статический анализ – точечный либо сравнитель-

ный. По определению Дж. Хикса статический анализ это некий раздел экономической теории, где исследователя не беспокоит вопрос об указании времени [2]. Точечный статический анализ исключает время из значимых факторов, сравнительный статический анализ учитывает только дискретные точки, то есть влияние времени опосредованно. Сравнительная статистика была шагом навстречу динамическим процессам. Однако, время в таких расчетах не имело роли фактора, а скорее было обстоятельством, отделяющим один набор данных от другого.

Основателем современной экономической динамики считается Йозеф Шумпетер, который в своих трудах обосновал динамическую концепцию цикличности развития экономики, в которой цикличность рассматривается как закономерность экономического роста [3, с. 312-324]. Дальнейшие построения экономической науки знаменовали уже следующий этап – переход к собственно экономической динамике, которую Дж. Хикс определял как раздел экономической теории, в котором всякое количество должно быть отнесено к определенному времени [2]. Время стало носить более предметный характер и из констант переходить в разряд независимых переменных, характеризующих значение функции. А поскольку устанавливается связь между временем, как параметром некоторой экономической системы и результатами работы этой системы, то и отношение к времени изменяется. Подтверждением изменения восприятия экономического времени является включение времени в классификацию современных экономических ресурсов [4, 5].

Первым примером избирательного отношения к времени является деление деятельности по темпоральным горизонтам на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную. И почти сразу появилось понятие «институциональной ловушки» – когда в рамках поставленного временного горизонта при попытке спланировать стратегию предприятия аналитик попадает в рекурсивный цикл. Вычисляемый параметр в этом случае определяет сам себя.

Современная наука обладает абсолютно разными подходами к пониманию экономических процессов с разными темпоральными отрезками. Характерным примером является процесс формирования валютных курсов. Здесь очень четко проявляются абсолютно разные эффективные схемы и законы, по которым развивается деятельность экономического субъекта [6, с. 57]: каждый временной «слой» подчиняется своим законам и оперирует своими факторами. Известны и широко применяемы модели прогнозирования валютных курсов:

- в краткосрочном периоде с временным квантом в 1 день и менее следует использовать модели биржевых торгов и валютных экспектаций;
- в среднесрочном периоде с временным квантом от 1 месяца до года целесообразно применение теории капитальных активов и моделей, учитывающих внешнеторговые потоки;
- в долгосрочном периоде с временным квантом длительностью от 1 года следует воспользоваться теорией паритета покупательной силы и моделями эффективности внешнеторговых операций [6, с. 58].

Объединение трех временных слоев в рамках общей теории на сегодняшний день не исследовано. Таким образом, при исследовании влияния явления экономического времени на результаты функционирования экономических субъектов необходимо учитывать охватываемый временной горизонт.

Вторым аспектом, который необходимо учитывать для исследования влияния времени на экономические процессы следует рассматривать масштаб явлений, для которых изучается такое влияние. Исторически сложилось разделение на уровни микро- и макроэкономики.

Изучение определенных устойчивых процессов, происходящих в экономическом пространстве, проводится с привязкой к временным отрезкам развития экономических отношений. В современной экономической науке существуют и активно развиваются концепции включения времени в качестве фактора экономического развития. Подтверждение этому современные теории Дж. Хикса, П. Самуэльсона, Э. Хансена. При этом закономерности учитывают время не только как фактор, но и косвенно, опосредованно указывают на необратимость (невозвратность) времени, что, в свою очередь вызывает неравнозначность результатов экономической деятельности прошлого настоящего и будущего.

Особенностью построения экономических взаимоотношений на микроуровне является то, что исследователь встречается с принципиальной неравноправностью экономических агентов. Как правило, у потребителя заметно меньше способов влияния на производителя сиюминутно, ведь он пытается удовлетворить конкретную потребность, имея ограниченный доход и взаимодействуя на сложившемся рынке. Особенно остро эта проблема возникает в странах с переходной экономикой, где потребители не вполне осознают свои права и роль в рыночной экономике. Несмотря на то, что потребитель, являясь хозяйствующим субъектом в краткосрочном периоде, крайне незначительно влияет на производителя в долгосрочной перспективе, именно он определяет возможность успеха и самого существования производителя на микроуровне. И в этом случае опять следует различать модели для различных временных периодов.

Одним из существующих механизмов управления временным ресурсом для микроуровня можно считать кредитование. Этот механизм позволяет использовать его совершенно особым образом, «обогнать» время и взять займы у себя будущего. Механизм кредитования позволяет изменять порядок использования ресурсов, добиваясь больших результатов в целом. Так, используя первоначально время как ресурс (назначая сроки кредитования), экономические агенты получают взамен другие блага. То есть, по сути, используя механизм кредитования, временные ресурсы потребляются нелинейно. Преградой в оценке фактора времени выступает невозобновляемость этого ресурса, конечность его использования и одноразовость. Именно это обстоятельство делает работу кредитных учреждений настолько сложной – ведь научные школы не разработали механизм учета нелинейности времени. Один и тот же временной отрезок требует определенного количества ре-

сурсов и принесет определенный экономический эффект при прочих неизменных условиях. Именно поэтому с точки зрения планирования финансовых средств время – ресурс невозобновимый.

Использование кредитного механизма как способа изменения порядка использования ресурсов можно рассматривать и в разрезе временных горизонтов, с точки зрения установления кредитной ставки для банковских учреждений. Передовые методы ценообразования на кредитные ресурсы практически также рассматривают временные кванты, для которых такая ставка устанавливается. Известны методы установления кредитных ставок на основе ставки ЛИБОР, причем основные темпоральные отрезки для такого ценообразования на кредитные ресурсы устанавливаются на краткосрочные периоды (1, 2, 3, 6, 9 месяцев и год). Вторым примером учета временного отрезка в кредитных операциях является ценообразование на основе методов модифицированного ценового лидерства, модели максимальной процентной ставки «кэп». Как показывает практика, при длительном использовании метода повышенной процентной ставки кредитные риски по плавающим ставкам переходят от заемщика к кредитору, тем самым качественно изменяя результаты экономического взаимодействия для всех сторон процесса, в данном случае из-за расширения темпорального отрезка.

Общепризнанным подходом в экономике к времени является его использование как измерителя эффективности использования других ресурсов. В данном случае речь идет о понятии «производительности». Этот подход особенно ярко представлен в работах ученых советского периода. Время рассматривается как некий измеритель результативности использования экономических ресурсов. Однако, в работах не учитывается необратимость экономического времени, а в научно-практической деятельности не нашло свое применение свойство несводимости и несравнимости двух равных по длительности (если использовать это как измеритель ресурса времени) отрезков времени. И хотя продолжением проблематики использования ресурса времени в исследованиях Е. А. Лазуткина, Г. П. Орлова и С. Г. Струмилина являлось исследование продуктивности использования рабочего и нерабочего времени, современные исследователи чаще обращаются к производительному времени хозяйствующего субъекта, т.е. к времени, в течении которого субъект хозяйствования производит экономические блага. В этом смысле весьма интересна работа Р. Сури «Время – деньги. Конкурентное преимущество быстрореагирующего производства», где автор предлагает новый подход к времени производства товаров и услуг [7]. Основываясь на практическом опыте, автор указывает на непроизводительное использование времени: собственные наблюдения Р. Сури за использованием времени во время выполнения заказов производственного характера говорят о том, что так называемое производительное время (т.е. когда действительно выполняют производительные операции) составляет около 10 %, а остальное время используется на процесс согласования. Применение предложенной автором концепции быстрого реагирования (основанного на сокращении непроизводительного времени) позволяет сократить затраты на производство в разы,

определяя, таким образом, существенное конкурентное преимущество, в то время как традиционные концепции способствуют снижению затрат на 10-20 %. Р. Сури указывает, что эффективное использование ресурса времени является основополагающим элементом современной экономики.

Говоря о пересмотре подхода к экономическому времени, невозможно не упомянуть прогнозирование и планирование. Эти два процесса, являясь сходными, выражают разное соотношение и распределение последовательности использования ресурсов. Следовательно, можно предположить и разный подход к времени, как к ресурсу, хотя в большинстве случаев он таким в процессах прогнозирования и планирования не рассматривается. Прогноз рассматривается как научно обоснованное предсказание о возможном состоянии объекта экономики в будущем и основывается на текущем состоянии объекта, длине темпорального отрезка и возможных альтернативных путях развития объекта прогноза. Для существующих методов прогностики точность прогноза существенно зависит от времени (зависимая переменная), при этом иные ресурсы рассматриваются практически в неизменном варианте. Напротив, планирование это процесс постановки определенной цели, достижение которой рассматривается исключительно в конкретный отрезок времени (константа) при этом средства достижения этой цели, т.е. задействованные экономические ресурсы за этот отрезок времени являются модифицируемыми (переменными) за счет применения методов управления ними.

Использование времени как ограниченного ресурса, определяющего эффективность работы экономического субъекта на наноуровне, нашло отражение в технологии тайм-менеджмента и представляет собой систему способов и методов организации временного ресурса, а также повышения эффективности его использования в соответствии с личными и бизнес-целями [2]. Тайм-менеджмент является технологией многими воспринимаемой как стиль жизни личности, коллектива и понимания ценности времени. Тайм-менеджмент не предлагает универсального алгоритма повышения эффективности времени. Тем не менее, по оценкам специалистов, его последовательное применение в 80 % случаев приводит к редуцированию энтропии в отдельно взятом рабочем графике. Исходя из этого тайм-менеджмент это технология, позволяющая экономить и более эффективно использовать ресурс времени, именно на этот ресурс она направлена и под него разрабатывалась.

Современная концепция маркетинга поддерживает личностный подход к потребителю. Индивидуальный потребитель может использовать большое количество знаний и умений высокого качества. Следствием этого являются изменения на рынках труда и информационных продуктов. Этот масштаб экономических процессов в индустриальной экономике практически не рассматривается. Современные концепции исследования потребительского поведения переходят к индивидуализации подходов и приемов в удовлетворении потребностей. И здесь опять наблюдается некая несводи-

мость в подходах к времени. Время для краткосрочного периода исследования является главным фактором, поскольку с изменением его (с течением времени) существенно изменяются потребности индивида – экономического агента на наноуровне. Этот «наноуровень» практически не рассматривается совместно с временными аспектами.

Выводы

Для описания большинства экономических задач достаточно двух временных триад:

- горизонты времени – краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный горизонты;
- горизонты экономических агентов – наноуровень, микроуровень, макроуровень.

Дальнейшее исследование роли времени следует рассматривать в направлении определения его стоимости как ресурса. При этом стоит заметить, что применение сформировавшихся понятий о стоимости в данном случае весьма условно, поскольку (как указывалось) двойственность времени, его необратимость и нелинейность по срокам и уровню, существенно влияет на возможности его использования.

Перечень использованных источников

1. Балацкий Е.В. Понятие времени в экономической науке / Е. В. Балацкий // Вестник российской академии наук. – 2005.– Т. 75.– № 3.– С. 224-232.
2. Хикс Дж. Теория экономической истории / Дж. Хикс ; пер. с англ. под общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Нуреева. – Москва : Журнал «Вопросы экономики», 2003. – 224 с.
3. Базилевич В. Д. Історія економічних учень : підручник : у 2 ч. / В. Д. Базилевич. – 3-е вид. – Київ : Знання, 2006. – Т. 2. – 575 с.
4. Райзберг Б. А. Курс экономики : учебник / под ред. Б. А. Райзберга. – Москва : ИНФРА-М. – 720 с.
5. Носова С. С. Экономическая теория: учебник / С. С. Носова. – 2-е изд., стереотип. – Москва : КноРус, 2009. – 792 с.
6. Балацкий Е. В. Факторы формирования валютных курсов: плюрализм моделей, теорий и концепций / Е. В. Балацкий // Мировая экономика и международные отношения. – 2003. – №1. – С. 124-128.
7. Сури Р. Время – деньги. Конкурентное преимущество быстрореагирующего производства / Р. Сури ; пер. с англ. В. В. Дедюхина.–2-е изд. – Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014.– 326 с.

© В. В. Кирий, О. Н. Гуца

The research of time factor application specific in the current economic processes

Kyriy Valentyna

Kharkiv National University of Radio Electronics, Associate Professor of Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security, PhD in Economics, Associate Professor, Ukraine

Gutsa Oleg

Kharkiv National University of Radio Electronics, Associate Professor of Department of Economic Cybernetics and Management of Economic Security, PhD in Techniques, Associate Professor, Ukraine

Abstract. The aim of the article is to study the effect of time, as a parameter, on economic processes and the identification of peculiarities of such influence. The current economic situation is characterized by a great dynamism that requires further study of time effect on economic processes and estimation of the results of this effect. During consideration, it was revealed that the modern idea of time as an economic factor exists at the stage of formation. The study shows that the time factor is considered as a function of two main features: the scale of the economic agent and the duration of time interval for considered process.

Keywords: time factor, economic processes.

© V. Kyriy, O. Gutsa

Обґрунтування стратегічного плану розвитку державного підприємства

Пакулін Сергій Леонідович

Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», відділ соціоекологічних проблем сталого розвитку, доктор економічних наук, Україна

Анотація. Розглянуто процес розробки стратегії поведінки підприємства на середньострокову перспективу. Обґрунтовано детальний план реформування підприємства протягом одного року. Сформульовано пропозиції щодо залучення інвестицій для розвитку підприємства. Обґрунтовано заходи щодо очікуваної динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності державного підприємства.

Ключові слова: стратегія, стратегічний план, підприємство, інвестиції, фінансування.

Вступ

Складні економічні умови, в яких опинилися підприємства України у зв'язку зі світовою фінансовою кризою, політичними труднощами, глобалізаційними тенденціями в економіці, що посилюються, і, разом із тим, нові можливості, що відкриваються перед ними, обумовлюють необхідність наукового обґрунтування стратегічного плану підприємства [1], концепції його державного регулювання.

Обґрунтування стратегічного плану розвитку державного підприємства «Скрипаївське навчально-дослідне лісове господарство Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва» на середньострокову перспективу є важливим кроком, що визначає його ефективний та сталий розвиток. Це сприяє ефективному використанню обмежених фінансових ресурсів та управлінню підприємством.

Економічна діяльність буде найбільш ефективною лише в тому випадку, якщо вихід підприємства на ринок буде добре продуманий, всебічно обґрунтований і впливатиме з довгострокових цілей. Таким чином, економічна діяльність є тісно пов'язаною із стратегічним управлінням підприємством [2, с. 103].

Цілі проведеного дослідження: визначення процесу розробки стратегії поведінки підприємства на середньострокову перспективу; обґрунтування детального плану реформування підприємства протягом одного року: формулювання пропозицій щодо залучення інвестицій для розвитку підприємства; обґрунтування заходів щодо очікуваної динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності державного підприємства.

Результати дослідження

На нашу думку, стає все більш зрозумілим, що жоден з окремо взятих процесів управління стратегією чи стратегічними можливостями не забезпечить стабільної конкурентної переваги. Підприємства все частіше змушені динамічно пристосовуватись до вимог середовища, невпинно змінюючи свою стратегію та стратегічні можливості [3, с. 27]. Останні дослідження довели, що підприємство досягає найкращих результатів, якщо воно не обмежується певною стратегічною можливістю чи процесом, а застосовує декілька з них одночасно.

Основна увага досліджень знов перемістилася з визначення чинників організаційного успіху до максимізації потенціалу змін.

Успішна діяльність в змінному середовищі – це властивість, яку необхідно постійно удосконалювати у відповідності до змін в конкурентному середовищі та цінностях і можливостях державного підприємства «Скрипаївське навчально-дослідне лісове господарство Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва» [4, с. 11]. В умовах, які швидко змінюються, неможливе застосування окремих «чистих» стратегій або використання результатів процесу стратегічного аналізу. Успішні стратегії виробляються та реалізуються в процесі творчості та новаторства, із застосуванням усіх вмінь, досвіду та таланту, які є в державному підприємстві «Скрипаївське навчально-дослідне лісове господарство Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва» (ДП «Скрипаївське НДЛГ»). Успішні стратегії керуються усвідомленням мети та обов'язку, які не можна насадити або передати словами, але які походять з організації та стали баченням, очевидним як всередині, так і за межами підприємства [5, с. 102].

Отже, успішні стратегії провадяться швидше можливостями майбутнього, ніж обмеженнями минулого [6, с. 27].

Процес розробки стратегії поведінки ДП «Скрипаївське НДЛГ» на середньострокову перспективу включає шість етапів (рис. 1).

Розробка стратегії поведінки ДП «Скрипаївське НДЛГ» на ринку здійснюється на трьох різних рівнях: глобальному, стратегічному і тактичному. Глобальний рівень охоплює довгострокові аспекти діяльності на основі визначення найважливіших цілей, сукупність яких розглядається як єдине ціле. При цьому планування здійснюється на рівні керівництва підприємства з урахуванням можливих довго- і середньострокових варіантів розвитку. На тактичному (поточному) рівні планування економічної діяльності концентрується на визначенні конкретних цілей, досягнення яких є умовою ефективного використання наявних ресурсів для реалізації глобальних цілей на існуючих ринках збуту.



Рисунок 1 – Процес розробки стратегії поведінки державного підприємства

На першому етапі розробки стратегії поведінки ДП «Скрипаївське НДЛГ» на ринку об'єктами всебічного аналізу є:

- стан на ринку товарів і послуг, що поставляються підприємством при теперішній структурі виробництва і збуту;
- оцінка діяльності підприємства з позиції споживача, товарів і послуг;
- оцінка діяльності організації з позиції ринку.

На етапі аналізу очікуваних у кон'юнктурі ринку змін (другий етап) визначаються тенденції розвитку ринку і їхній вплив у перспективі на становище підприємства. При цьому прогнозується вплив змін у кон'юнктурі ринку на потенційні обсяги і умови збуту товарів і послуг відповідно до очікуваного попиту і пропозиції.

На третьому етапі розробки економічної стратегії при оцінюванні можливостей ДП «Скрипаївське НДЛГ» об'єктом аналізу є: очікувана динаміка обсягів економічної діяльності; доцільність переорієнтації на нові ринки збуту та види економічної діяльності; умови діяльності в новому середовищі і доцільність скорочення її в традиційних сферах і сегментах ринку.

Об'єктом аналізу бюджетно-податкової політики (четвертий етап) є розгляд впливу відповідних чинників на умови функціонування ДП «Скрипаївське НДЛГ» при змінах фіскальної політики в Україні.

На п'ятому етапі розробки економічної стратегії аналізуються тенденції розвитку національної економіки і економічних зв'язків і дається оцінка очікуваного впливу на умови функціонування ДП «Скрипаївське НДЛГ». Для цього беруться до уваги прогностичні зміни в загальногосподарській кон'юнктурі, враховуються тенденції розвитку ринку і т.д.

Результати всебічного аналізу економічних зв'язків, прогнозних оцінок і перспективних умов розвитку на всіх п'ятьох етапах служать вихідною базою для формулювання довгострокової стратегії поведінки ДП «Скрипаївське НДЛГ» на ринку. Розробка стратегії економічної діяльності на шостому етапі передбачає:

- формування глобальної довгострокової цілі (місії) економічної діяльності;
- розробку альтернативних варіантів досягнення цілі економічної діяльності;
- поділ (декомпозицію) глобальної цілі економічної діяльності на ряд взаємозалежних підцілей;
- порівняння варіантів досягнення цілі економічної діяльності, вибір стратегічних альтернатив, оцінювання можливостей і наслідків їх реалізації і формування стратегії поведінки ДП «Скрипаївське НДЛГ» на ринку.

Стратегічне управління пов'язане з визначенням цілей ДП «Скрипаївське НДЛГ» і з приведенням її взаємозв'язків із навколишнім середовищем у відповідність до внутрішніх можливостей і завдань розвитку [7, с. 68].

Стратегічний менеджмент у сфері економічних зв'язків сприяє стабілізації і зміцненню стратегічних позицій ДП «Скрипаївське НДЛГ», забезпеченню його тривалої життєздатності при зміні зовнішніх умов функціонування.

Важливим питання є позиціонування підприємства й обґрунтування необхідності інвестицій у його розвиток [8, с. 24].

Кожне підприємство, у тому числі й державне підприємство «Скрипаївське навчально-дослідне лісове господарство Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва», що функціонує в умовах ринку, розділяє потенційних покупців по групах – сегментах для того, щоб орієнтувати свою діяльність на конкретні потреби населення.

Сегментування споживчих ринків відбувається по географічному, психологічному, поведінковому й демографічному принципам.

Формування позиції ДП «Скрипаївське НДЛГ» на ринку припускає аналіз потенціалу й стратегії позиціонування, для чого необхідна наступна інформація:

- найважливіші (а також потенційні) сильні сторони підприємства;
- 5-10 ключових факторів ринку;
- сильні й слабкі сторони конкурентів.

Розрізняють наступні основні стратегічні альтернативи розвитку підприємства: зростання, скорочення або їхнє сполучення. Стратегія зростання реалізується постійно зростаючим рівнем цілей підприємства в порівнянні з раніше досягнутим рівнем. Розрізняють наступні основні види цієї стратегії: обмежене зростання, інтенсивне зростання, інтеграційне зростання, диверсифікаційне зростання.

Стратегія обмеженого зростання характеризується практикою встановлення цілей від досягнутого, скоректованих з урахуванням інфляції. Вона часто застосовується в практиці. Звичайно цієї стратегії дотримуються підприємства, задоволені своїм положенням.

Підприємство вибирає стратегію інтенсивного зростання, коли керівництво вважає, що воно не до кінця використало можливості існуючих клієнтських ринків.

Інтеграційне (або зовнішнє зростання) реалізується в поглинанні підприємством, його злитті з іншими підприємствами або переході інших підприємств під його твердий контроль. При цьому виділяють наступні різновиди стратегії:

- регресивна інтеграція – об'єднання з постачальниками;
- прогресивна інтеграція – спроба одержати у володіння або поставити під твердий контроль систему збуту;
- горизонтальна інтеграція – поглинання конкурентів.

Широкий вихід на нові ринки з новими товарами становить сутність стратегії диверсифікаційного зростання. Набагато рідше керівництво підприємством приходять до висновків про необхідність здійснення стратегії скорочення. Причинами прийняття таких рішень можуть бути: втрата позицій на ринку у зв'язку з ефективною діяльністю конкурентів; довгострокові несприятливі тенденції у ринковому середовищі; переорієнтація на нові ринки; заборгованість підприємства. Основними різновидами даної стратегії є:

- ліквідація – повний розпродаж майна підприємства;
- «відсікання зайвого» – відділення й продаж окремих підрозділів підприємства;
- переорієнтація – скорочення операцій у якій-небудь сфері діяльності підприємства.

Організації, що складаються з великої кількості підприємств, іноді застосовують різні стратегії для конкретних стратегічних господарських підрозділів. При цьому для одних визначальною буде стратегія зростання, для інших – стратегія скорочення. Одночасне застосування цих двох підходів у розвитку єдиної організації одержало визначення стратегії сполучення.

Стратегія позиціонування являє собою широкомасштабну програму дій підприємства, спрямовану на досягнення його основних цілей. Вона містить у собі розробку цільових ринків (сегментів ринку), комплексу маркетингу й бюджету маркетингу, а також визначення часу початку й строків проведення основних маркетингових заходів.

У ході розробки стратегії позиціонування керівництво повинне визначити розмір витрат на розробку. Це необхідно як з погляду організації безперервного фінансування зазначених заходів, так і з метою попередньої оцінки ефективності витрат.

Певну допомогу у виборі конкретної стратегії позиціонування підприємства може зробити вивчення стандартних підходів і моделей розробки стратегії. У числі основних підходів до формування стратегій – використання матриці «Бостон консалтинг груп» (БКГ) (рис. 2).

Розробка стратегії економічної діяльності (ЕД) за допомогою матриці БКГ заснована на ідентифікації підприємства (або його підрозділу) з визначеним варіантом матриці й застосуванням стандартної стратегії, що рекомендується для даного варіанту.

Темпи зростання виду ЕД	Відносна частка на ринку			
	висока		низька	
високі	Тип підприємства (підрозділу) «Зірка»	Стратегія ЕД Інтенсифікація маркетингових зусиль для підтримки існуючого положення або збільшення частки ринку	Тип підприємства (підрозділу) «Знак питання» або «Важкі діти»	Стратегія ЕД Інтенсифікація маркетингових зусиль або відхід з ринку
	низькі	Тип підприємства (підрозділу) «Дійна корова»	Стратегія ЕД Використання прибутку для допомоги зростаючим підрозділам, підтримка існуючого становища	Тип підприємства (підрозділу) «Бідний собака»

Рисунок 2 – Визначення стратегії економічної діяльності (ЕД) за допомогою матриці «Бостон консалтинг груп»

Розробка стратегії ЕД за допомогою матриці БКГ заснована на ідентифікації підприємства (або його підрозділу) з визначеним варіантом матриці й застосуванням стандартної стратегії, що рекомендується для даного варіанту. На основі матриці БКГ лежить розгляд чотирьох типів стратегічних господарських підрозділів і відповідних їм стратегій ЕД (два варіанти за двома критеріями). Як критерії розглядаються: частка ринку щодо найближчих конкурентів і темпи зростання видів економічної діяльності підприємства.

Логіка матриці БКГ ґрунтується на припущенні: чим вище частка ринку підприємства (підрозділу), чим перспективніше сфера господарювання, тим вище прибуток і відносні витрати.

У матриці виділяються чотири типи підприємств: «Зірка», «Дійна корова», «Знак питання» або «Важкі діти» й «Бідний собака».

З моменту розробки матриці «Бостон консалтинг груп» для «Дженерал електрик» (1964 рік) проведений підхід до виробітку стратегії пройшов шлях від досить широкого визнання до твердої критики, в основному через зайву спрощеність моделі, що у світлі сучасних знань виглядає трохи грубо.

В основу розробки стратегії ЕД керівництвом підприємства може бути покладена функціональна вимога підвищення рівня рентабельності. У цьому випадку будуть використані результати досліджень за програмою PIMS (Profit Impact Of Market Strategy) – англійське «вплив ринкової стратегії на прибуток». Дослідження за даною програмою ведуться із середини 60-х років Інститутом стратегічного планування в м. Бостоні (США).

Розвитком ідей, покладених в основу матриці БКГ і програми PIMS, є розробка матриці Ламбена. Удосконалений варіант ураховує більше число факторів, чим матриця БКГ по двох основних критеріях: конкурентоздатність підприємства й привабливість ринку.

Для розрахунків ми використали дані табл. 1.

Таблиця 1 – Визначення індикаторів привабливості та конкурентоздатності державного підприємства за допомогою матриці Ламбена

Критерії	Вагомість	Діапазон оцінок					Сума балів
		1	2	3	4	5	
Привабливість							
Доступність ринку	20				x		80
Темп зростання	10			x			30
Тривалість циклу життя	5					x	25
Потенціал валового прибутку	15				x		60
Гострота конкуренції	15					x	75
Можливості нецінової конкуренції	15					x	75
Концентрація клієнтів	20					x	100
Разом	100		445			x	100
Середньозважений бал	63,6						
Конкурентоздатність							
Відносна частка ринку	15					x	75
Витрати	20				x		80
Відмітні властивості	15				x		60
Рівень організації виробництва та збуту	15			x			45
Метод збуту	15				x		60
Популярність-імідж	20					x	100
Разом	100		420				
Середньозважений бал	70,0						

На підставі даних табл. 1 ми заповнили матрицю Ламбена (рис. 3) для ДП «Скрипаївське НДЛГ».

100

		низька	висока	середня
Привабливість	низька	В Селективне зростання		С Агресивне зростання
	середня			
	висока	А Деінвестування		Д Низька активність
	0	Конкурентоздатність		100

Рисунок 3 – Визначення стратегії економічної діяльності за допомогою матриці Ламбена

На рис. 3 ми представили у вигляді кола становище ДП «Скрипаївське НДЛГ». Досліджуване підприємство перебуває в зоні С. Рекомендована для ДП «Скрипаївське НДЛГ» стратегічна орієнтація ЕД – агресивне зростання. Ця стратегія вимагає значних коштів для підтримки зростання, але завдяки своїй конкурентоздатності підприємство дістає прибуток. У міру дозрівання ринку завдання підприємства – перейти в зону D.

Наведений схематичний підхід може бути занадто спрощеним й упустити багато важливих факторів. Він також може не повною мірою враховувати особливості навколишнього середовища.

У той же час, у певних умовах, дана схема може бути покладена в основу формованих стратегій. Реальна ж розроблена стратегія є плодом кропітких зусиль керівництва підприємства, що повинне враховувати найважливіші особливості внутрішнього й зовнішнього середовища.

Дослідження позиціонування підприємства дозволяє обґрунтувати необхідність інвестицій у його розвиток. Інвестиції необхідні, тому що рекомендована для ДП «Скрипаївське НДЛГ» стратегічна орієнтація економічної діяльності – агресивне зростання. Ця стратегія вимагає значних коштів для підтримки зростання, інвестицій у його розвиток, диверсифікації діяльності на цій основі. Це дозволить підвищити конкурентоздатність підприємства й, в остаточному підсумку, дістати істотний прибуток. Підприємству необхідно науково обґрунтовувати свої інвестиційні проекти, а при їх виборі опиратися на дані економічного аналізу ефективності їх реалізації.

У наступний час основними видами економічної діяльності ДП «Скрипаївське НДЛГ» є наступні:

- дослідження та експериментальні розробки у сфері біотехнологій (основний);
- вирощування інших багаторічних культур;
- лісівництво та інша діяльність у лісовому господарстві;
- лісозаготівля;
- надання допоміжних послуг у лісовому господарстві;
- лісопильне та стругальне виробництво (підприємство має два лісництва та цех з переробки деревини);
- оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням.

Проект стратегічного плану розвитку підприємства на середньострокову перспективу визначається новою стратегічною орієнтацією економічної діяльності ДП «Скрипаївське НДЛГ» – агресивне зростання (рис. 4).

Розробка стратегії економічної діяльності сприяє стабілізації і зміцненню стратегічних позицій підприємства, забезпеченню його тривалої життєздатності при зміні зовнішніх умов функціонування. Необхідно забезпечити прибутковість економічної діяльності підприємства. Цьому сприяє розробка науково обґрунтованої стратегії розвитку на середньострокову перспективу.



Рисунок 4 – Стратегічний план розвитку ДП «Скрипайівське НДЛГ» на середньострокову перспективу

На сьогодні корупційна діяльність у лісовому секторі, на нашу думку, є однією із важливих проблем, яка потребує негайного вирішення з метою забезпечення ефективного управління лісовим господарством та створення необхідних умов для розвитку лісопереробного сектора. Вказана проблема

не є специфічною для окремої галузі: фактично нею так чи інакше уражені практично всі сфери суспільного життя в Україні.

Звісно, не можна викоренити корупцію цілком, проте важливо знизити її прояви до мінімально низького рівня. Корупцію можна назвати лакмусовим папірцем, що вказує на негаразди у методах управління підприємством, тому протидія цьому явищу є ще й засобом вдосконалення менеджменту і має здійснюватись постійно, а не як разова кампанія. Ми впевнені, що важливим напрямом ефективного і сталого розвитку підприємства є запобігання та протидія корупції, впровадження антикорупційних заборон та обмежень, посилена увага окремим корупціогенним аспектам професійної діяльності його працівників.

Детальний першочерговий план реформування підприємства протягом одного року відображений на рис. 5.

Нами було розроблено заходи з виконання завдань та результати аналізу можливих ризиків, а також з поліпшення техніко-економічних та фінансових показників підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

Можливі ризики невиконання завдань пов'язані з наступним:

- складна ситуація у результаті дії політичних чинників, фінансова нестабільність;
- недостатнє залучення інвестицій для розвитку підприємства та слабе використання механізму державно-приватного партнерства;
- неякісна оцінка наукових проектів підприємства та помилки в їх ранжуванні та оптимізації.

Ми вважаємо, що необхідно активно інвестувати у розвиток підприємства з метою удосконалення стану лісового фонду, покращення обладнання, підвищення якості деревообробки. Для підприємства край важливо невиснажливе лісокористування. Для цього необхідні: рівномірний розподіл лісів за територією та віком, відповідність створених насаджень типам лісорослинних умов. Ми будемо інвестувати у збільшення площі як лісового фонду загалом, так і головних лісотворних порід. На сьогодні на території лісгоспу значну площу віднесено до лісів природно-заповідного фонду.

Тому існує обмеження з лісосічного фонду за розрахунковою лісосікою, що певною мірою не дає змоги створити насадження, які б повністю відповідали моделі нормального лісу, в якій усі деревостани мають бути сформовані господарсько-цінними породами, мати максимально можливий поточний приріст деревини, мати рівномірно розподілену, в межах віку стиглості, вікову структуру. На цій аспект необхідно зробити акцент у роботі підприємства.

Оцінку деревостанів необхідно проводити комплексно, враховуючи їх склад, структуру і стійкість та природні відновні процеси. У комплексі заходів (від селекційно-генетичних до лісівничих), які можуть мінімізувати інтенсивність ослаблення насаджень і поступово призвести до підвищення життєздатності і стійкості дерев, чільне місце належить упровадженню системи сталого ведення лісового господарства.

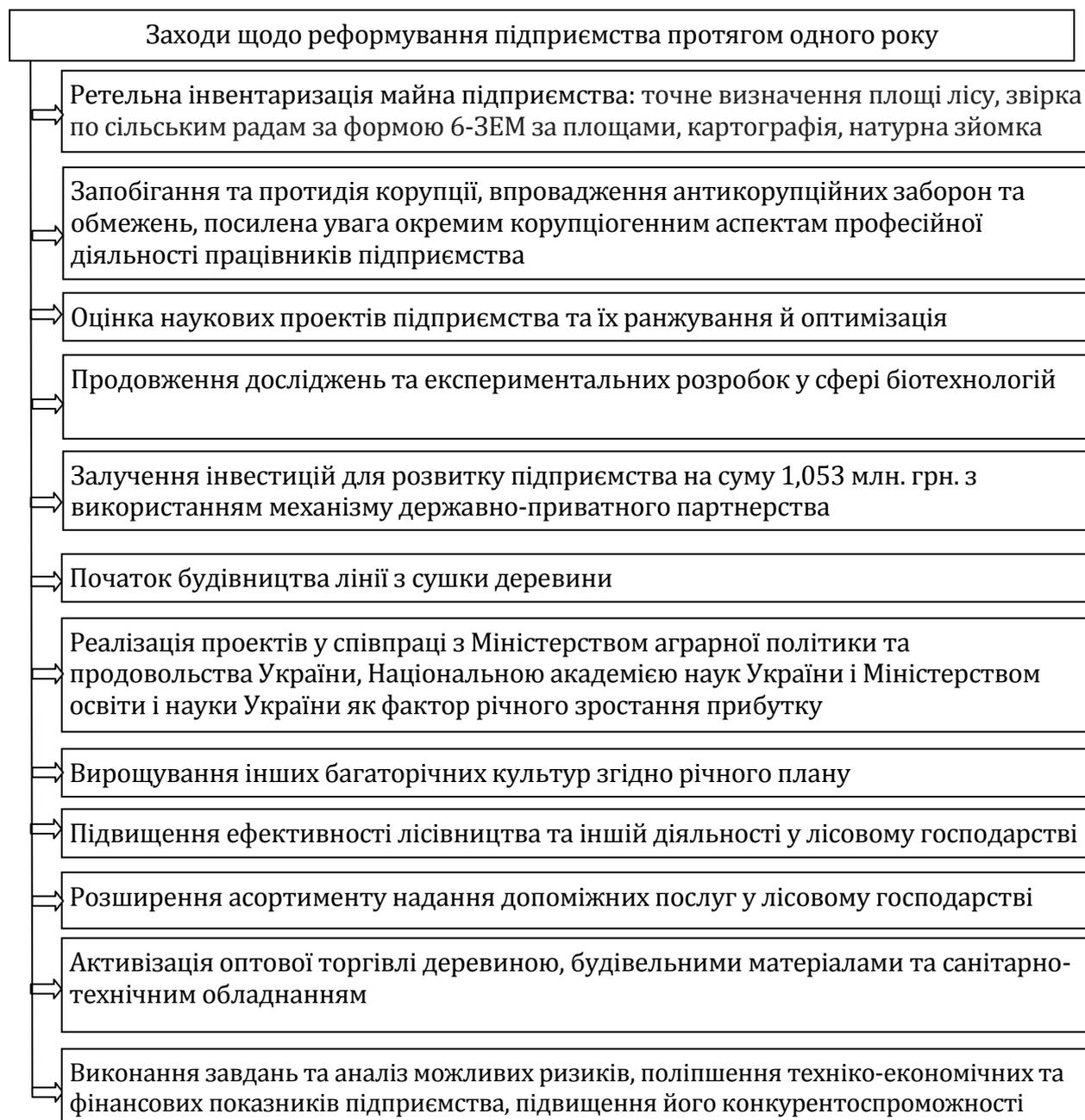


Рисунок 5 – План реформування ДП «Скрипаївське НДЛГ» протягом одного року

Придбання та застосування обробних центрів дає змогу підприємству забезпечити гнучкість технології деревообробки і скоротити машинний час, що дуже важливо в сучасних умовах, коли досить швидко змінюється кон'юнктура і попит на різноманітну продукцію і вироби деревообробки. Обробні центри дозволяють випускати вироби широкої номенклатури, і забезпечують швидкісну переналадку на обробку іншого виробу, для чого застосовуються найновітніші технічні рішення. Це – суттєва економія затрат часу, підвищення якості обробки, розширення номенклатури та збільшення питомої ваги готової продукції деревообробки підприємства.

Позитивним, сприятливим чинником є початок будівництва лінії з сушки деревини. Вартість проекту – 912 тис. грн., термін окупності – 28 місяців.

Реалізація проекту дозволить побудувати виробничі потужності, покращити умови праці, зменшити собівартість виробництва та забезпечити регулярну сушку деревини.

Переваги проекту наступні:

- невелика кількість компонентів сировини та матеріалів, необхідних в процесі виробництва;

- можливість створення безвідходного виробництва;

- стабільно високий попит. У разі розширення виробничих потужностей будуть відсутні будь-які проблеми із реалізацією продукції;

- вигідне територіальне розташування. Потужності виробництва знаходяться у с. Лісне Зміївського району Харківської області. Таке зручне розташування забезпечує максимально швидку доставку продукції основним споживачам та низькі транспортні витрати.

В основному ризику проекту – настання непрямого (побічного) фінансового збитку (неодержаний прибуток) у результаті нездійснення якого-небудь заходу (наприклад, недосягнення планового обсягу продажів). Після проведення аналізу ризиків їх було виведено в наступні групи:

- ризику інвестиційної стадії: перевищення кошторисної вартості будівництва, несвоєчасного завершення будівництва, незадовільна якість робіт;

- ризику експлуатаційної стадії: цінові (залежність цін на продукцію від цін на сировину та енергоносії), ринкові та операційні ризику;

- ризику, які діють на усіх стадіях проекту: політичні (по країні та регіональні), форс-мажорні (пожежі, стихійні лиха, тощо).

Покращенню динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства сприяє реалізація проектів у співпраці з Міністерством аграрної політики та продовольства України, Національною академією наук України і Міністерством освіти і науки України, у тому числі з біозахисним ефектом в рослинництві, лісівництві, біотехнології. Це дозволить отримати значне річне зростання прибутку підприємства.

Реалізація регуляторів зростання рослин (біостимуляторів), у тому числі з біозахисним ефектом в рослинництві, лісівництві, біотехнології є фактором річного зростання прибутку ДП «Скрипаївське НДЛГ»

Застосування регуляторів зростання рослин нового покоління (PHCs), які є комбінацією синтетичних або натуральних фітогормонів (P) і синтетичних або натуральних гумінових кислот (H), дає можливість зменшити об'єми хімічних добрив і засобів захисту рослин. Застосування такої комбінації навесні та восени стабілізує ґрунтову біологію. Поєднання мінеральних добрив з регуляторами зростання рослин дає можливість зменшити об'єми хімічних добрив і засобів захисту рослин, що істотно заощаджує кошти, вкладені у виробництво, і, що найголовніше, підвищує біологічні характеристики родючості ґрунту.

Протягом останніх 15 років значна увага науковців приділяється виділенню з клітин еукаріотів та визначенню біологічної ролі малих регуляторних РНК (small regulatory RNA) в РНКі (RNA-interference) процесі, який прийнято називати пост-транскрипційним сайленсингом генів (PTGS) у рослин, тварин, грибів. Було доведено, що ознаки стійкості рослин унаслідуються і проявляються у другому і навіть третьому поколінні як домінуючий гомозиготний локус без розщеплення.

До факторів, що впливають на обсяг податкових надходжень ДП «Скрипаївське НДЛГ» до бюджету, відносяться макроекономічні та мікроекономічні чинники: наявність у підприємств податкових пільг, рівень прибутковості суб'єктів господарювання, розмір їх валового доходу, витрати на оплату праці в структурі собівартості продукції підприємства, середньооблікова чисельність працюючих, ефективність податкового менеджменту підприємства тощо. Як показують проведені нами розрахунки, виконання плану реформування підприємства протягом одного року дозволить збільшити обсяг надходження коштів до бюджетів на 4,3%.

ДП «Скрипаївське НДЛГ», безперечно, хвилює майбутнє лісового господарства країни. Першочерговим завданням Держлісагентства, є реформування та удосконалення основних напрямків лісгосподарської діяльності. Його структура повинна стати прозорою та публічною.

Серед першочергових заходів – удосконалення законодавчої бази у сфері лісового господарства для забезпечення можливості формування ефективної лісової політики. Також розробляється нове положення про торгівлю деревиною з урахуванням запровадження механізму укладання довгострокових угод, проведення аукціонів у голосовій та електронній формах. Важливим є розвиток державно-приватного партнерства (ДПП) з малим та середнім бізнесом на виконання операцій у лісовому господарстві. А також внесення пропозицій на розгляд Єврокомісії стосовно започаткування деяких пілотних проектів.

Одним з головних напрямків реформування галузі є стимулювання запровадження природозберігаючих технологій або їх елементів, охорони, захисту, відновлення лісів. І звичайно, виходячи з умов сьогодення, першочерговим є припинення незаконних рубок та обігу нелегально добутої деревини, браконьєрства.

Сьогодні актуалізувались об'єктивні обставини для запровадження механізмів ДПП. Для реалізації масштабних модернізаційних проектів ДП «Скрипаївське НДЛГ» потрібні значні інвестиційні ресурси, потужним джерелом яких може стати приватний бізнес. Водночас, в умовах кризового розвитку зростає інтерес бізнесу до державної підтримки, яка дозволить знизити ризики приватних інвестицій, підвищити надійність інвестиційних проектів для кредитних організацій. В сьогоденних умовах для залучення інвестицій для розвитку ДП «Скрипаївське НДЛГ» потрібно посилювати державно-приватне партнерство. Підприємству необхідно займатися впровадженням пілотних проектів електронного обліку деревини, розвитком елек-

тронних комерційних майданчиків на ринку державних закупівель, впровадженням інноваційних проектів та програм на рівні ДП «Скрипаївське НДЛГ». Завдяки таким змінам вдасться уникнути корупційних ризиків, адже підприємство буде орієнтоване на виробничі завдання. ДП «Скрипаївське НДЛГ» повинно стати високоефективним господарюючим суб'єктом, який зможе конкурувати з підприємствами приватного сектору економіки.

У ході проведеного дослідження біло здійснено моделювання очікуваної динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства. Лінія фінансового профілю підприємницького проекту відображає накопичений фінансовий результат. Вона характеризує у кожний момент часу здійснення проекту момент вкладень, або оптимального прибутку з наростаючим наслідком. Динаміка накопиченого фінансового результату наведена у табл. 2.

Таблиця 2 – Динаміка накопиченого фінансового результату ДП «Скрипаївське НДЛГ» у 2011-2015 рр.

Роки	Накопичений фінансовий результат, тис. грн.
2011	65
2012	68
2013	75
2014	197
2015	351

Прогнозні значення накопиченого фінансового результату розраховані нами за п'ятьма математичними моделями. Для прогнозування використана надбудова до пакета «Excel», за допомогою якої прогноз здійснювався за п'ятьма математичними моделями: лінійною, логарифмічною, поліноміальною, степеневою, експоненціальною.

Лінійна модель та її параметри наведені на рис. 6.

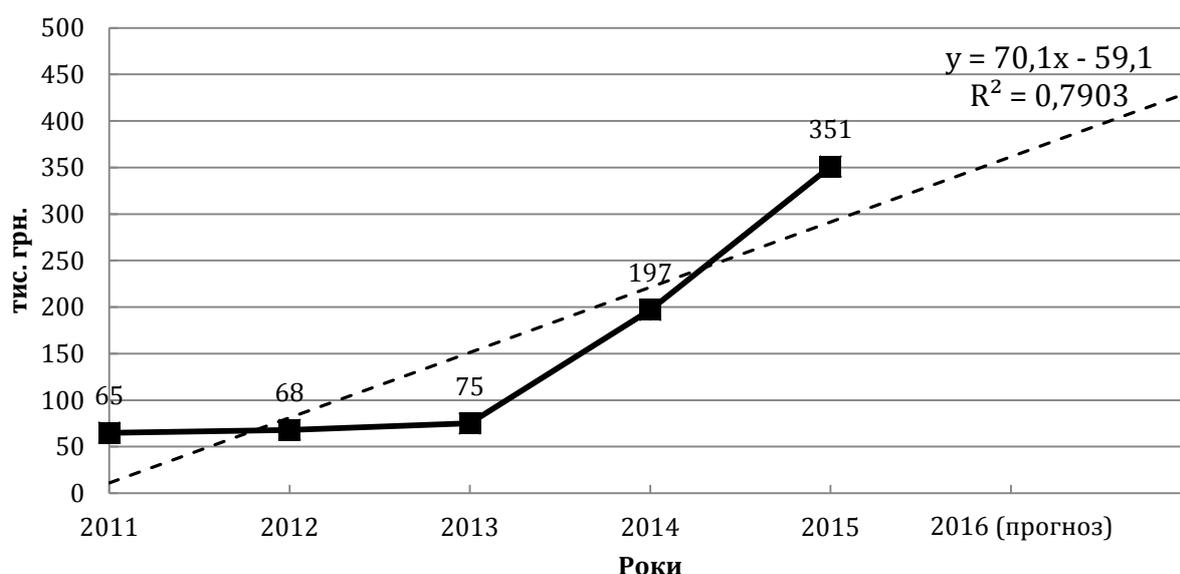


Рисунок 6 – Прогноз накопиченого фінансового результату ДП «Скрипаївське НДЛГ» із використанням лінійної моделі

Лінійна модель має такий вигляд (1):

$$Y = 70,1x - 59,1, \quad (1)$$

де Y – накопичений фінансовий результат, тис. грн.; x – роки.

Логарифмічна модель та її параметри наведені на рис. 7. При цьому величина достовірності апроксимації дорівнює 0,7903.

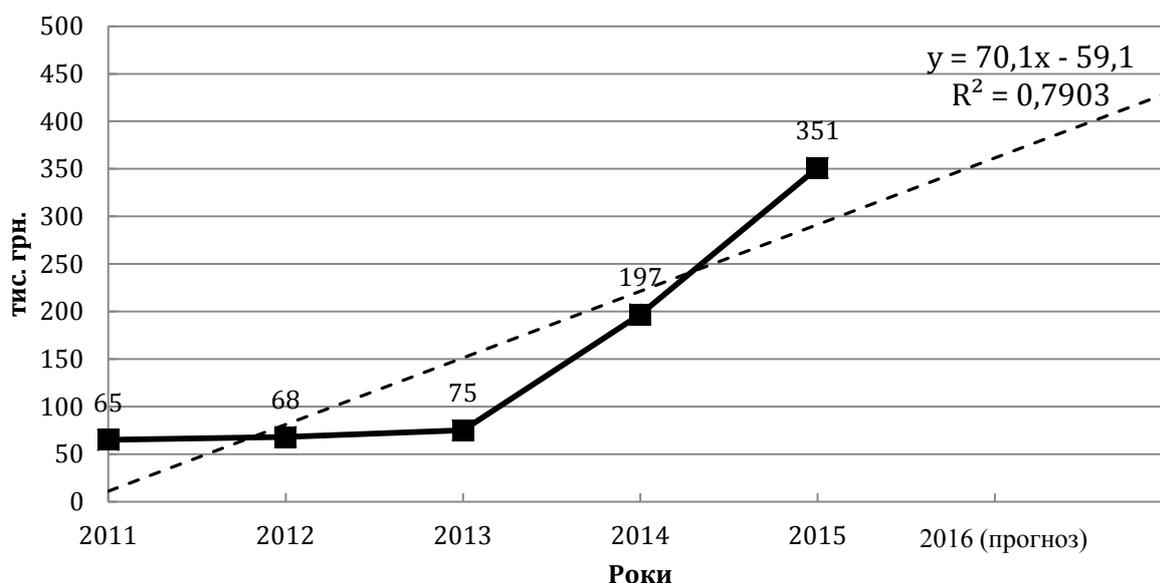


Рисунок 7 – Прогноз накопиченого фінансового результату ДП «Скрипаївське НДЛГ» із використанням логарифмічної моделі

Поліноміальна модель другого ступеня має такий вигляд (рис. 8).

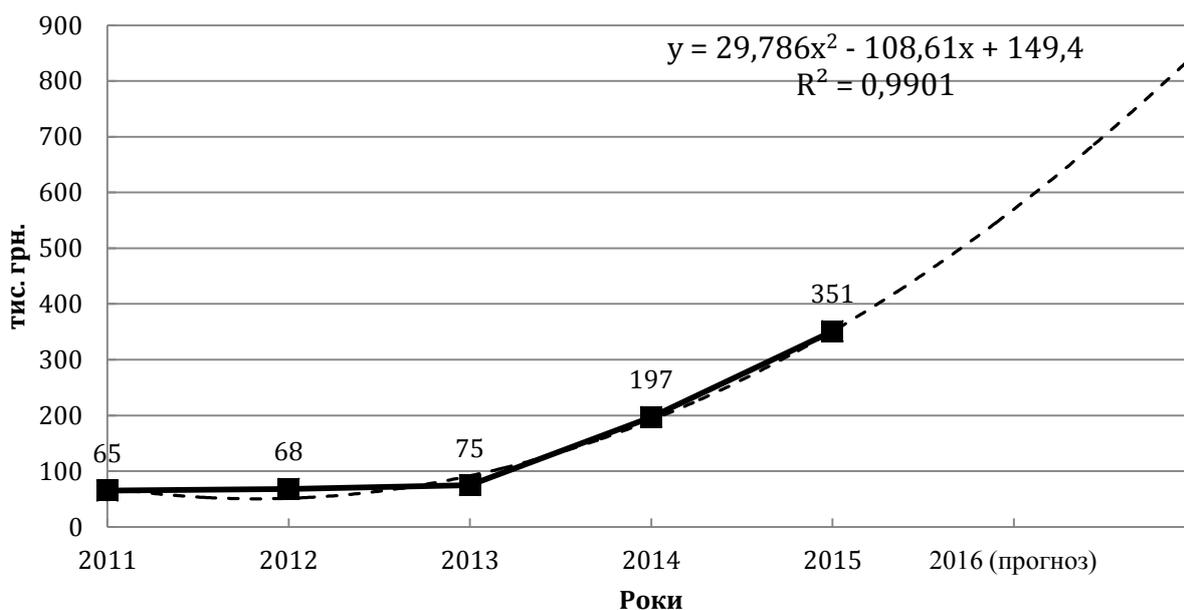


Рисунок 8 – Прогноз накопиченого фінансового результату ДП «Скрипаївське НДЛГ» із використанням поліноміальної моделі

Степеневая модель та її параметри наведені на рис. 9.

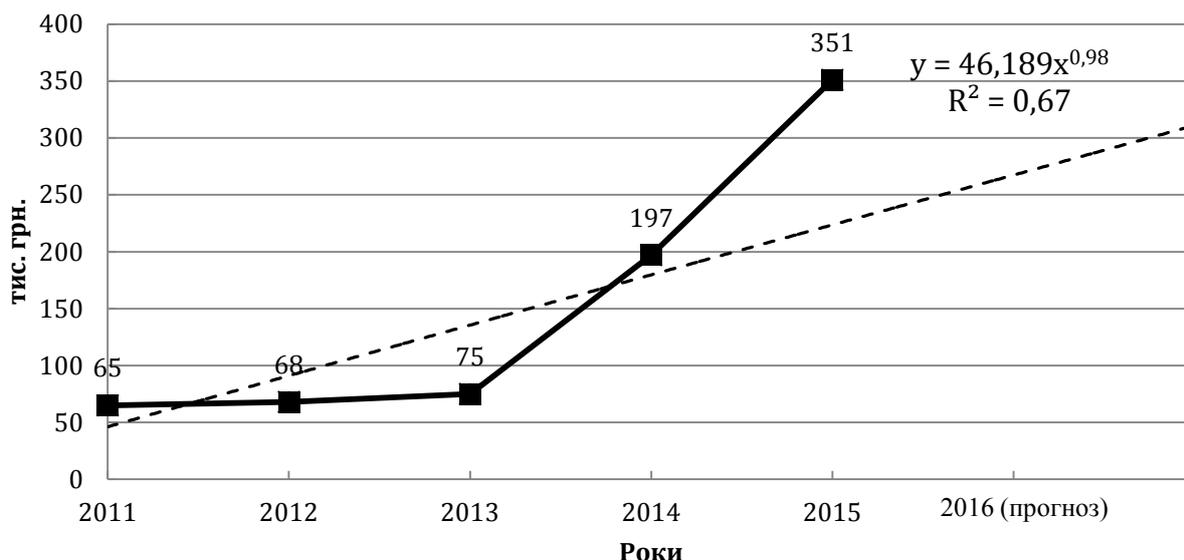


Рисунок 9 – Прогноз накопиченого фінансового результату ДП «Скрипаївське НДЛГ» із використанням степеневої моделі

Експоненціальна модель та її параметри наведені на рис. 10.

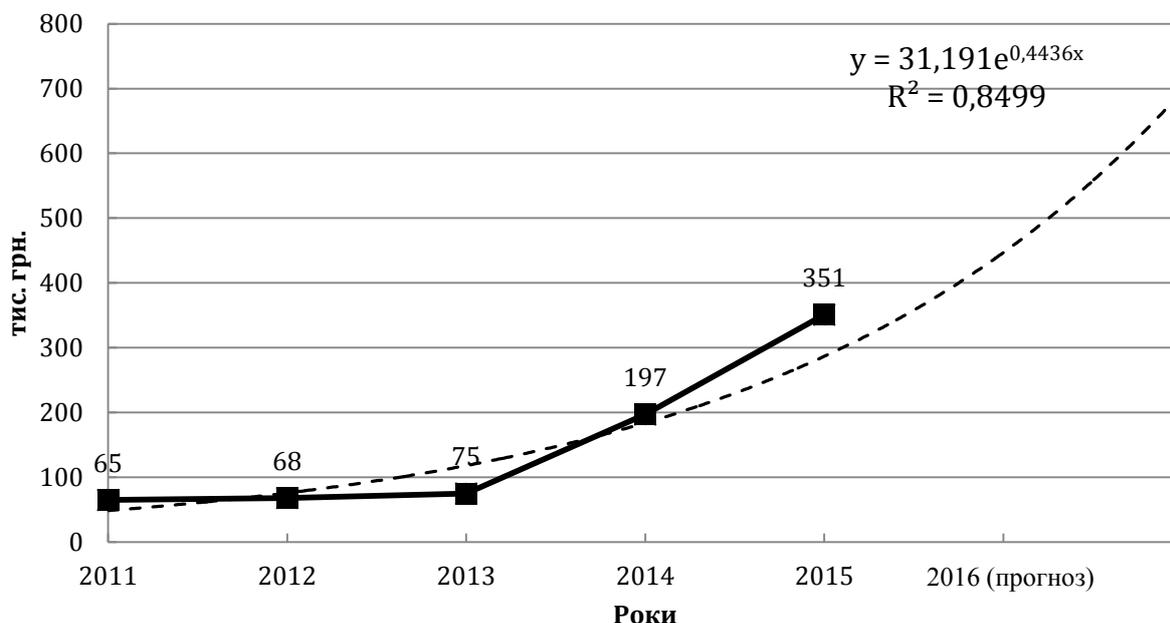


Рисунок 10 – Прогноз накопиченого фінансового результату ДП «Скрипаївське НДЛГ» із використанням експоненціальної моделі

При кореляційному зв'язку зміна результативної ознаки Y обумовлена впливом факторних ознак x ; не цілком (як при функціональному зв'язку), а лише частково, оскільки можливий вплив інших чинників [9, с. 98]. Середнє квадратичне відхилення показує відхилення ознаки від загальної середньої. Коефіцієнт кореляції (апроксимації) свідчить про тісноту зв'язку між факторною та результативною ознакою та вимірюється в діапазоні від мінус 1 до

плюс 1 ($R = [-1; +1]$). Чим ближче значення коефіцієнта кореляції до одиниці, тим тісніший кореляційний зв'язок і точніша знайдена нами залежність. Знак «+» перед коефіцієнтом кореляції означає, що зв'язок прямий, тобто зі збільшенням x зростає Y , і навпаки [10]. Згідно з виконаними розрахунками, прогнозне значення накопиченого фінансового результату 2016 р. становитиме 558 тис. грн., величина достовірності апроксимації дуже висока – 0,9901.

Отже, оптимальне прогнозне значення з погляду статистичних параметрів розраховане з використанням поліноміальної моделі, а саме 558 тис. грн. у 2016 році.

Використання апробованої нами методики прогнозування дасть змогу поліпшити наукове обґрунтування прогнозу основних показників фінансово-господарської діяльності ДП «Скрипаївське НДЛГ» на підставі аналізу тенденцій розвитку підприємства у трансформаційних умовах, аналітичну роботу його економічної служби, обґрунтованість стратегії розвитку підприємства.

Методику доцільно використовувати при складенні довгострокових прогнозів основних показників фінансово-господарської діяльності ДП «Скрипаївське НДЛГ».

Проведені розрахунки виявили позитивну динаміку основних показників фінансово-господарської діяльності ДП «Скрипаївське НДЛГ», що буде сприяти реалізації стратегічного плану розвитку підприємства на середньострокову перспективу.

Висновки

1. В державах з розвинутою економікою стратегічне управління виступає як важливий елемент державного регулювання господарства. Планомірний розвиток суспільства – одне з основних досягнень людської цивілізації. Розробка стратегій допомагає підтримувати необхідні економічні пропорції. З їх допомогою забезпечується узгоджена цілеспрямованість функціонування всіх ланок господарської системи суспільства. Практика показала, що без реорганізації системи управління підприємствами на принципах стратегічного планування вижити, а тим більше успішно працювати, в сучасних умовах просто неможливо. Охоплюючи всю систему суспільного відтворення – виробництво, розподіл, обмін і споживання, – стратегічне планування перетворилося в головну рушійну силу суспільного відтворення.

Розробка стратегії економічної діяльності сприяє стабілізації і зміцненню стратегічних позицій підприємства, забезпеченню його тривалої життєздатності при зміні зовнішніх умов функціонування. Необхідно забезпечити прибутковість ЕД підприємства. Цьому сприяє розробка науково обґрунтованої стратегії ЕД на середньострокову перспективу.

2. Наше дослідження позиціонування ДП «Скрипаївське НДЛГ» дозволило обґрунтувати необхідність інвестицій у його розвиток. Інвестиції необхідні, тому що рекомендована для ДП «Скрипаївське НДЛГ» стратегічна орієнтація – агресивне зростання. Ця стратегія вимагає значних коштів для підт-

римки зростання, інвестицій у його розвиток, диверсифікованості на цій основі його діяльності.

3. Корупційна діяльність у лісовому секторі, на нашу думку, є однією із важливих проблем, яка потребує негайного вирішення з метою забезпечення ефективного управління лісовим господарством та створення необхідних умов для розвитку лісопереробного сектора. Вказана проблема не є специфічною для окремої галузі: фактично нею так чи інакше уражені практично всі сфери суспільного життя в Україні. Звісно, не можна викоренити корупцію цілком, проте важливо знизити її прояви до мінімально низького рівня. Корупцію можна назвати лакмусовим папірцем, що вказує на негаразди у методах управління підприємством, тому протидія цьому явищу є ще й засобом вдосконалення менеджменту і має здійснюватись постійно, а не як разова кампанія. Ми впевнені, що важливим напрямом ефективного і сталого розвитку підприємства є запобігання та протидія корупції, впровадження антикорупційних заборон та обмежень, посилена увага окремим корупціогенним аспектам професійної діяльності його працівників.

4. Детальний першочерговий план реформування підприємства протягом одного року включає наступні заходи:

- ретельна інвентаризація майна підприємства: точне визначення площі лісу, звірка по сільським радам за формою 6-ЗЕМ за площами, картографія, натурна зйомка;
- запобігання та протидія корупції, впровадження антикорупційних заборон та обмежень, посилена увага окремим корупціогенним аспектам професійної діяльності працівників підприємства
- оцінка наукових проектів підприємства та їх ранжування та оптимізація;
- продовження досліджень та експериментальних розробок у сфері біотехнологій;
- залучення інвестицій для розвитку підприємства на суму 1,053 млн. грн. з використанням механізму державно-приватного партнерства;
- початок будівництва лінії з сушки деревини;
- реалізація проектів у співпраці з Міністерством аграрної політики та продовольства України, Національною академією наук України і Міністерством освіти і науки України як фактор річного зростання прибутку;
- вирощування інших багаторічних культур згідно річного плану;
- підвищення ефективності лісівництва та іншої діяльності у лісовому господарстві;
- розширення асортименту надання допоміжних послуг у лісовому господарстві;
- активізація оптової торгівлі деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням;
- виконання завдань та аналіз можливих ризиків, поліпшення техніко-економічних та фінансових показників підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

5. Необхідно активно інвестувати у розвиток підприємства з метою удосконалення стану лісового фонду, покращення обладнання, підвищення якості деревообробки. Для підприємства край важливо невиснажливе лісокористування. Для цього необхідні: рівномірний розподіл лісів за територією та віком, відповідність створених насаджень типам лісорослинних умов. Ми будемо інвестувати у збільшення площі як лісового фонду загалом, так і головних лісотворних порід. На сьогодні на території лісгоспу значну площу віднесено до лісів природно-заповідного фонду. Тому існує обмеження з лісосічного фонду за розрахунковою лісосікою, що певною мірою не дає змоги створити насадження, які б повністю відповідали моделі нормального лісу, в якій усі деревостани мають бути сформовані господарсько-цінними породами, мати максимально можливий поточний приріст деревини, мати рівномірно розподілену, в межах віку стиглості, вікову структуру. На цій аспект необхідно зробити акцент у роботі підприємства.

Оцінку деревостанів необхідно проводити комплексно, враховуючи їх склад, структуру і стійкість та природні відновні процеси. У комплексі заходів (від селекційно-генетичних до лісівничих), які можуть мінімізувати інтенсивність ослаблення насаджень і поступово призвести до підвищення життєздатності і стійкості дерев, чільне місце належить упровадженню системи сталого ведення лісового господарства.

6. Придбання та застосування обробних центрів дає змогу підприємству забезпечити гнучкість технології деревообробки і скоротити машинний час, що дуже важливо в сучасних умовах, коли досить швидко змінюється кон'юнктура і попит на різноманітну продукцію і вироби деревообробки. Обробні центри дозволяють випускати вироби широкої номенклатури, і забезпечують швидкісну переналадку на обробку іншого виробу, для чого застосовуються найновітніші технічні рішення. Це – суттєва економія затрат часу, підвищення якості обробки, розширення номенклатури та збільшення питомої ваги готової продукції деревообробки підприємства.

7. Покращенню динаміки поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства сприяє реалізація проектів у співпраці з Міністерством аграрної політики та продовольства України, Національною академією наук України і Міністерством освіти і науки України, у тому числі з біозахисним ефектом в рослинництві, лісівництві, біотехнології. Це дозволить отримати значне річне зростання прибутку підприємства.

Застосування регуляторів зростання рослин нового покоління і синтетичних або натуральних гумінових кислот дає можливість зменшити об'єми хімічних добрив і засобів захисту рослин. Застосування такої комбінації навесні та восени стабілізує ґрунтову біологію. Поєднання мінеральних добрив з регуляторами зростання рослин дає можливість зменшити об'єми хімічних добрив і засобів захисту рослин, що істотно заощаджує кошти, вкладені у виробництво, і, що найголовніше, підвищує біологічні характеристики родючості ґрунту. Ознаки стійкості рослин унаслідуються і проявляються у другому і навіть третьому поколінні як домінуючий гомозиготний локус без розщеплення.

8. Поліпшенню техніко-економічних та фінансових показників підприємства, його конкурентоспроможності сприяє реалізація проекту, яким передбачається сушка деревини. Вартість проекту – 912 тис. грн., термін окупності – 28 місяців.

9. Можливі ризики невиконання проекту пов'язані з наступним:

- складна ситуація у результаті дії політичних чинників, фінансова нестабільність;

- недостатнє залучення інвестицій для розвитку підприємства та слабе використання механізму державно-приватного партнерства;

- неякісна оцінка наукових проектів підприємства та помилки в їх ранжуванні та оптимізації.

10. Успішна реалізація проекту дозволить побудувати виробничі потужності, покращити умови праці, зменшити собівартість виробництва.

11. У сучасних умовах для залучення інвестицій для розвитку підприємства потрібно посилювати державно-приватне партнерство. Підприємству необхідно займатися впровадженням пілотних проектів електронного обліку деревини, розвитком електронних комерційних майданчиків на ринку державних закупівель, впровадженням інноваційних проектів та програм на рівні підприємства. Завдяки таким змінам вдасться уникнути корупційних ризиків, адже підприємство буде орієнтоване на виробничі завдання. Підприємство повинно стати високоефективним господарюючим суб'єктом, який зможе конкурувати з підприємствами приватного сектору економіки.

12. Проведені прогностичні розрахунки виявили позитивну динаміку основних показників фінансово-господарської діяльності ДП «Скрипаївське НДЛГ». Вона сприяє реалізації стратегічного плану розвитку підприємства на середньострокову перспективу.

Перелік використаних джерел

1. Пакулін С. Л. Управління сталим розвитком сучасного підприємства [Електронний ресурс] / С. Л. Пакулін, А. А. Пакуліна // Траекторія науки. – 2016. – №3(8). – Режим доступу: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50>. – Назва з екрана.

2. Лебединська О. Ю. Стратегічне планування і визначення стратегічних пріоритетів соціально-економічного розвитку регіонів / О. Ю. Лебединська // Управління сучасним містом. – 2003. – № 10-12 (12). – С. 102-107.

3. Пакулін С. Л. Методичний підхід до вибору оптимуму стратегічних позицій підприємства / С. Л. Пакулін, О. О. Топчій // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2006. – Випуск 220 : у 3 т. – Том 1. – С. 25-30.

4. Михайленко Г. М. Стратегічне реформування державного підприємства «Скрипаївське навчально-дослідне лісове господарство Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва» / Г. М. Михайленко // Areas of scientific thought- 2015/2016 : materials of the XII International scientific and practical conference, December 30, 2015 – January 7, 2016. – Sheffield : Science and education LTD, 2016. – Volume 3. Economic science. – S. 11-13.

5. Феклистова И. С. Позиционирование предприятия и обоснование необходимости инвестиций в его развитие / И. С. Феклистова // Профессиональный менеджмент в современных условиях развития рынка : материалы докладов IV научно-практической конференции с международным участием, г. Харьков, 3 ноября 2015 г. – Харьков : НФаУ, 2015. – С. 101-103.

6. Стратегічний вибір щодо прискорення та підтримки зростання в Україні. Меморандум з економічного розвитку (31 серпня 2010 року). – Київ : Світовий банк, 2010. – 119 с.

7. Михайленко Г. М. Розробка стратегії економічної діяльності державного підприємства «Скрипаївське навчально-дослідне лісове господарство Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва» / Г. М. Михайленко // Бъдещето въпроси от света на науката-2015 : материали за 11 международна научна практична конференция, 17-22 декември, 2015. – София : Бял ГРАД-БГ, 2015. – Т. 3: Икономики. – С. 68-70.

8. Пакулін С. Л. Вибір системи стратегічного управління організацією в умовах його еволюції / С.Л. Пакулін, О.О. Євсєєва // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2008. – Випуск 23. – С. 22-25.

9. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / [Дж.-О. Ким и др. ; пер. с англ. ; под ред. И. С. Енюкова. – Москва : Финансы и статистика, 1989. – 215 с.

10. Феклистова И. С. Использование кластерного анализа при оценке эффективности стратегического управления предприятиями региона [Электронный ресурс] / И. С. Феклистова // Траектория науки. – 2016. – № 2(7). – Режим доступа: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/54>. – Загл. с экрана.

© С. Л. Пакулін

Justification of the strategic development plan of the state enterprise

Pakulin Sergey

Institute of Environmental Economics and Sustainable Development of the National Academy of Science of Ukraine, Department of Social Problems of Sustainable Development, Doctor of Sciences (Economics), Ukraine

Abstract. The article considers the process of development of enterprise behavior strategy for a medium term. It justifies a detailed plan for enterprise reform within one year. Suggestions to attract investment for the development of the enterprise are formulated. Proposals for the expected dynamics of improvement of the main financial and economic indicators of state-owned enterprises are justified.

Keywords: strategy, strategic plan, enterprise, investment, financing.

© S. Pakulin

Возвращение к истокам: особенности применения этнических инструментов в творчестве Игоря Мациевского

Зайцева Марина Леонидовна

Государственная классическая академия имени Маймонида, профессор кафедры истории и теории исполнительского искусства, доктор искусствоведения, профессор, Россия

Аннотация. В статье научно обоснованы художественные задачи, реализуемые в творчестве выдающегося отечественного композитора и музыкального теоретика И. В. Мациевского. Выявлены особенности трактовки духовых инструментов в научных трудах И. В. Мациевского и применения народных духовых инструментов в музыке к фильмам «Древо вечности», «Фараон», «Сочинушки» и «Небывальщина». Доказано, что применение духовых этнических инструментов в музыке И. В. Мациевского наделяет их особым семантическим и драматургическим значением, превращает произведение в поликультурный текст.

Ключевые слова: современное искусство, русская музыка XX-XXI века, этническая музыка, этнические музыкальные инструменты, поликультурные традиции, Игорь Мациевский.

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тенденцией современного искусствознания изучать не только классическое наследие, но и явления современной культуры. Игорь Владимирович Мациевский является крупнейшим представителем отечественного искусства, демонстрирующим выдающиеся способности в качестве композитора, музыканта, педагога, ученого. Пылкость человека науки, стремящегося осознать принципы музыкального творчества, его взаимосвязь с национальным менталитетом, с ценностными установками личности проявляется и в создаваемых И. В. Мациевским музыкальных произведениях, которые не оставляют равнодушным, заставляют задуматься над важнейшими вопросами о глубинных смыслах и ценностях искусства. Способ постановки и решения таких задач в творческой и научной деятельности И. В. Мациевского чрезвычайно интересен для современного музыканта. Большую роль в художественном мышлении композитора играют представления о различных музыкальных инструментах, их значении в развитии музыкального искусства и становлении национального и культурного самосознания. Автор исследует традиции применения различных этнических инструментов. Не оставляет без внимания и семейство духовых инструментов, анализируя традиции их применения в музыкальном искусстве и активно вводя их в собственные произведения. Анализ идей И. В. Мациевского о значении духовых инструментов в музыкальном искусстве, изучение практики применения духовых инструментов в его творчестве способствует формированию представлений о путях разви-

тия современного искусства, что еще раз свидетельствует об актуальности данного исследования.

Интерес исследователей творчества И. В. Мациевского привлекает прежде всего разработанная им классификация музыкальных инструментов на основе системно-этнофонического метода [13]. Его научный подход сравнивается с классификационными системами европейской музыкальной науки, обосновывается фундаментальность идей ученого, его выдающаяся роль в развитии отечественной и мировой школы этноинструментоведения [14, с. 2-3]. Регулярно обращается к теме творчества А. С. Алпатова, изучая ценностный аспект творчества И. В. Мациевского в контексте современного искусства, пытаясь дать искусствоведческую и эстетическую оценку творчества композитора [1, с. 94-98]. Другими исследователями анализируются жанровые и стилистические особенности его отдельных произведений [2, с. 107-132]. Масштабного исследования творчества И. В. Мациевского до сих пор не существует. Вероятно, это связано с тем, что автор самостоятельно достаточно активно излагает основные творческие и научные позиции в интервью [3], статьях [9; 10; 11; 12], книгах [13]. Данная статья является одной из попыток изучения творчества этого выдающегося музыканта и ученого современности.

Цель статьи – обоснование семантического и драматургического значения духовых инструментов в творчестве И. В. Мациевского. Этому содействует решение следующих задач:

- проанализировать практику использования духовых инструментов в мировой культуре;
- выявить основные подходы к трактовке духовых этнических инструментов в теоретических работах И. В. Мациевского;
- проанализировать и обобщить основные принципы применения духовых этнических инструментов в музыке И. В. Мациевского.

Результаты исследования

Игорь Владимирович Мациевский – крупнейший представитель отечественного искусства, композитор, педагог, ученый, доктор искусствоведения, член союза композиторов России и Украины, заслуженный деятель искусств Украины и Польши, профессор, член-корреспондент Российской академии естественных наук. Закончил консерваторию (г. Львов) под руководством А. Солтыса (класс композиции), стажировку в Ленинградской консерватории на кафедре композиции (класс профессора О. Евлахова) и аспирантуру в РИИИ под руководством профессора И. Земцовского.

Основные произведения И. В. Мациевского: оратория, инструментальные концерты, сонаты, камерно-инструментальные произведения, кантата, симфоническая поэма «Воспоминание» для оркестра, хоровые и вокальные произведения на канонические тексты и на народные слова. Композитором создана музыка к более десяти фильмам. Среди кинопроизведений с музы-

кой И. Мациевского – награжденные многочисленными международными премиями фильмы: «Нескладуха» (1978), «Барабаниада» (1980), «Небывальщина» (1983), «Левша» (1986), «Фараон» (1998), «Сочинушки» (1999), «Сказ о Федоте-стрельце» (2001) (режиссер С. Овчаров); «Данчык» (1989), «Прощанье» (по-белорусски – «Развітанне», 1991), «Такая судьба» («Вось такі лёс», 1992) «Древо вечности» («Дрэва вечнасці», 1994) (режиссер А. Каневский), «Рассыпушка» (1995, режиссер С. Гайдук), «Леонид Филатов. Любовь...» (1998, режиссеры Е. Габец и К. Мурашов) [5].

Доминирующее место в научной деятельности Игоря Владимировича Мациевского занимает изучение традиционной инструментальной музыки целого ряда народов – славянских, тюркских, финно-угорских, а также балтийских. Ученый часто совершал экспедиционные поездки по разным регионам России и ближнего зарубежья, изучал народное инструментальное творчество, способы нотации, изготовления музыкальных инструментов, приемов обучения игре на них. По свидетельству автора, большую роль для понимания семантики народной музыки сыграли знания о бытовой, социальной стороне жизни музыкантов, особенности их мышления, понимания не только музыкальной терминологии и теории, но и духовных основ творчества и жизни в целом. Итогом изучения национальных музыкальных традиций стала авторская исследовательская методология, в основе которой находится системно-этнофонический метод. Ученым были усовершенствованы методы анализа этнической музыки, что позволило сформировать авторский подход в изучении феномена инструментализма как «отдельного вида искусства в сопоставлении с вокальной музыкой, а также искусством театра, хореографии, прозы, поэзии, архитектуры и живописи» [5].

Анализируя музыкальную культуру различных народностей (белорусских, украинских, балтийских, финно-угорских, тюркских и проч.), Игорь Владимирович Мациевский рассматривает музыкальные инструменты в контексте их применения в той или иной сфере жизнедеятельности человека [10, с. 52].

Автор составляет подробную классификацию народной инструментальной музыки, критерием которой является ее функция в жизни человека (земледельца). Рассмотрим, какое место в данной классификации занимают народные духовые инструменты.

1. Инструментальная музыка, связанная с трудом и выполняющая, как правило, прикладную функцию. В сфере деятельности, связанной с трудом человека, преобладает вокальное и, в частности, песенное исполнительство, но, все же, имеют место факты сопровождения коллективного труда игрой на флейте, дудке и других инструментах. Правда, следует заметить, что здесь речь идет не о коллективном, а об индивидуальном исполнительстве на музыкальных инструментах, входящего в обязанность специально поставленного на то музыканта-профессионала.

Говоря о наигрышах, относящихся к трудовой деятельности, но не выполняющих прикладной функции, то можно отметить мелодии исполняе-

мые на дудках (сопровождали белорусских женщин возвращавшихся с полей) или скудучай (закрытых флейтах), которые исполняли литовские крестьяне, возвращавшиеся с трудового дня.

2. *Инструментальная музыка, связанная с охотой и скотоводством (прикладная функция).* Исполнительство на инструментах, в том числе и духовых, получило гораздо большую распространенность в сфере деятельности человека, связанной с охотой и скотоводством. Сюда относятся широко распространенные наигрыши-манки, которые имитировали пение птиц и зов животных, и использовались для заманивания. Тут можно наблюдать широкий выбор труб и рогов (как амбушюрных, так и задействующих голосовой аппарат), использующиеся для охоты на туров, оленей, кабанов, а так же натуральные щелевые флейты для охоты на птиц [11, с. 61].

В пастушеской практике мы видим использование специальных наигрышей, исполняющихся для отпугивания и устрашения диких животных с целью сохранения стада. Примером может служить использование труб у гуцулов. Так же пастухи прибегают к успокоительным наигрышам (славянские, балтийские, финно-угорские и тюркские народы использовали для этой цели преимущественно флейты). Это способствовало спокойному состоянию животных и мерному ритму пастьбы [11, с. 62].

Но пастушеский музыкальный репертуар не ограничивался мелодиями чисто прикладного характера. В течение трудового дня им исполнялись и так называемые мелодии «для себя», которые уже носили и программный характер (произведения о красоте окружающей природы и др.) и часто характер импровизации на известные песни и инструментальные темы.

В связи с этим И. В. Мациевский отмечает своего рода функциональную специализацию пастушеских музыкальных инструментов: на одних – звучат прикладные наигрыши, на других – лирические. Приведем примеры: на трубах и рогах волховские пастухи играли, а на дудках – танцевальные и песенные наигрыши «для себя». Аналогично у украинцев и белорусов. Натуральные трубы в Полесье и Поозерье – сугубо сигнальные инструменты, а флейты – сопилки, чоор (продольная открытая флейта), дудки, ламздяляй, пищалки – лирические [10, с. 54].

Еще более распространенное использование духовых инструментов в быту охотников и пастухов связано с исполнением сигнальных наигрышей. У балто-славянских, тюркских, финно-угорских основными инструментами являются трубы. У белорусов, народов Кавказа, литовцев – шалмеи (язычковый двухсекционный деревянный духовой музыкальный инструмент с двойной тростью).

Сигналы, зародившиеся в среде пастухов и охотников, встречаются и в более поздних формах трудовой деятельности. Как пример, сигнал трубы, означающий окончание рабочего дня у белорусских лесорубов.

3. *Инструментальная музыка, связанная с календарными обрядами (обрядовая функция).* Важное значение в фольклорном творчестве различных народностей имели наигрыши на духовых инструментах, которые оповеща-

ли о времени года и суток. Исполняемый утром костромским или владимирским пастухом наигрыш, возвещал о начале трудового дня, а вечерний – о приближающейся ночи. Наступление нового года гуцулы встречают игрой на трембитах (народный духовой мундштучный музыкальный инструмент, род обернутой берестой деревянной трубы без вентиля и клапанов, длиной до 4 метров) и рогах [9]. Игрой на жалейках отмечали начало и окончание пастбищного сезона карелы и русские. В западной Белоруссии игрой на деревянных трубах оповещали начало осени. У кочевников отмечались начало зимовки и кочевого периода. Тем самым подобные и другие наигрыши становятся носителями определенной информации и для посвященного слушателя являлись своего рода сигналом, побуждающим к конкретным действиям.

Приуроченность к определенным видам труда вызвала соответствующую сезонность, календарность определенных наигрышей и исполняющих их инструментов. Так, импровизации, звучащие на листке, травинке, других свободных аэрофонах, на свистковых флейтах из коры дерева во многих районах России и Украины – атрибуты весны и начала лета, а сами инструменты – весенне-сезонные звуковые орудия пастухов, женщин и детей. Сугубо летними у русских и вепсских пастухов являются наигрыши на жалейке, сойте, осине. Время функционирования дудки в Белоруссии – весна, трубы – осень [9].

С трудовым календарем крестьянина сопряжена система его календарных обрядов. Трудовая и обрядовая музыка тесно взаимосвязаны. На восточно-славянских землях зимние обряды более всего сопряжены с инструментальной музыкой там, где значительное место в хозяйственной жизни принадлежит скотоводству. Процесс колядования у гуцулов начинается с ритуальных сигналов трембит и рогов, в тон колоколам местной церкви.

В весенних календарных обрядах из всех восточно-славянских народов наибольшее место занимает инструментальная музыка у белорусов, а также украинцев-полещуков. Под наигрыши на дудках и гармониках заклинали весну песнями и «гуканиями». На Лепельщине на «велик день» трубили в трубы, били в котлы (литавры). В период Пасхи на многих русских и украинских землях была широко распространена игра на флейтах, глиняных и натуральных продольных из коры [9].

Начало летнего пастбищного сезона у скотоводов восточно-славянских и соседних земель (у вепсов, карел, румын) отмечается обрядом первого выхода скотины на пастбище и объединения его в коллективное стадо. В северно-русской, карельской, вепсской традициях пастух троекратно обходит стадо и произносит заклинания. В ряде районов при этом играли на трубе или рожке, били в трещотки [11, с. 62].

Обряд проводов лета в Западном Полесье в значительной мере наполнен инструментализмом. Обряд начинался наигрышем-знаком начала осени – «трублением у реки». Его «уныло и горько играл на своей сурме древний полещук, взывая к милосердию богов, прося ли вернуть свет и тепло или же-

лая отпугнуть наступающую злую силу, несущую холод» [13, с. 99]. Затем разворачивалось соревнование в игре на трубах.

Не на периферии инструментальная музыка и в календаре других народов. Она – участница зимних и весенних обрядов латышей и литовцев – ближайших родственников славян. У них народная флейта – ламздялис (род свирели) использовалась при сопровождении церковных действий, а частности, применялась в ансамбле с органом в рождественских службах. На празднике летнего солнцестояния, совмещенного с днем св. Иоанна (Яниса у латышей, Ионаса – у литовцев), музыканты на возвышении трубили в трубы и били в литавры, символизируя появление св. Иоанна [13, с. 101].

4. Инструментальная музыка, связанная с семейными праздниками (обрядовая функция). Важную роль играет инструментализм в семейных обрядах у славянских, равно как и у большинства других народов мира.

Музыкальные инструменты во все времена у разных народов применялись в ратном деле, в военном быту. Трубы, сопели, тулумбасы (ударный инструмент из семейства мембранофонов, разновидность литавр), тимпаны древнерусское воинство, запорожские, донские, черноморские казаки использовали для сигналов, организации войска во время боя и в мирном быту, для создания боевого духа воинов.

Необходимо заметить, что превращение музыкального инструмента и музыкального произведения в символ принадлежности могло иметь или быть следствием другого явления. Инструмент и наигрыш оказались (что было характерно еще недавно для многих народов Сибири, Дальнего Востока) символом принадлежности к роду, темени, местности [13, с. 113].

Использовали игру на инструментах для гадания. Наиболее распространенная форма – гадание о погоде, основанное на влиянии атмосферных изменений на материал, акустические свойства инструмента, распространение звука в атмосфере. Играя «Полонинский наигрыш», гуцул знает: если трембита звучит глухо, в течение суток быть дождю. Звонко звучат канклес (струнный щипковый музыкальный инструмент) – литовец ожидает ясной погоды; матово – будет снег или дождь; а лучшая погода для канклес – теплый вечер, когда «над чердаком садятся воробьи» [13, с. 114].

5. Инструментальная музыка, направленная на передачу эмоций, раскрытие внутреннего мира человека (лирическая функция). Применялась музыкальные инструменты и для любовных чар. Это была одна из главных функций древнейших флейт из костей птиц, млекопитающих и человека. Наигрышами на натуральной открытой флейте-телинке весенними ночами гуцульские парни «витегают дівок» (вытаскивают девок) на улицу, причем девушки чувствуют: и кто играет, и кого зовет наигрыш [13, с. 176]. Заворачивают игрой на балалайке, гармонике, скрипке, дудке своих любимых русские и белорусские парни, что широко отразилось в текстах песен.

6. Инструментальная музыка, связанная с культом (магическая функция). Огромную роль в «колдовских» манипуляциях музыкантов играли действия, основанные на магии – вере в способность человека непосредственно

воздействовать на явления природы, животных и людей. Народные музыканты применяли многообразные магические операции, различные как по целенаправленности (производственные, вредоносные, охранительные, лечебные), так и по структуре. Вепсы, укладывая воск в ствол пастушьего рожка и ограждая его от повреждения, пытались через наигрыши произвести магическое воздействие на скот. Грохотом ударных и труб мордовские музыканты стремились напугать и изгнать проникшего в селение шайтана.

В усилиях человека влиять на окружающий мир музыка используется не только как магическое средство. Велико ее место в заклинании, обращении к помощи могущественных сил. Причем инструментальная музыка выступает часто не только как вспомогательный фактор убедительного на них воздействия, но и как главное средство, своего рода язык, форма обращения, – удобные и понятные этим силам. Мощные ревы труб, треск барабанов, трещоток, направленных на устрашение, отпугивание, сменяются иной формой воздействия: «Тихий глухой гудящий звук вызывает и заклинает духов» [13, с. 178].

Возникла сложная система связей. Музыкальные инструменты и наигрыши становились помощниками человека в его попытках общения с могущественными существами. Исполнитель тем самым надеялся получить какую-либо поддержку или помощь в своей деятельности. Это отразилось в терминологии инструментов и музыкальных произведений, легендах о музыкантах и музыке. На Руси было распространено представление о бесовском происхождении многих инструментов. Характерны изображения чертей, играющих на гудке [11, с. 64].

Обобщая анализ народной инструментальной музыки, автор отмечает, что одно из важнейших мест в жизни народа принадлежит неприуроченной, лирической по существу инструментальной и вокально-инструментальной музыке для слушания. Во многих национальных культурах эта сфера сегодня наиболее широко распространена и актуальна. Она вышла из недр трудовой музыки и хранит ее реликты. Кроме того, реализуясь как «искусство для народа» и решая основную, художественную задачу, лирика выполняет в разных масштабах и ряд иных функций: коммуникативную, воспитательную, сакральную и т. д. [13, с. 213].

В свою очередь, определенными конкретными практическими задачами (например, имитациями птиц) звуковые образы формировали слуховое поле, эстетические вкусы этноса, участвовали в становлении его звукоидеала и музыкально-художественной системы в целом. И трудно, не осознавая контекста, понять такие жанры чисто эстетического предназначения, как белорусские, украинские, польские импровизации, демонстрирующие голоса различных инструментов. Разобраться в пастушеских программных композициях восточно-славянских народов с конгломератом солярных знаков и символов, имитаций пения птиц и сигнальных мелодий, песенных и танцевальных эпизодов. Или уловить семантику казахских и киргизских кюев (традиционная для казахского народа инструментальная пьеса), гуцульских

поэм, не представляя роли символов-оберегов, заклинательных мотивов в образовании их интонационных стереотипов и становлении формы, пусть даже потерявших былую функцию. Не постичь инструментальных сутартинес (старинные литовские песни) с их «птичьими» названиями жанров, отдельных пьес, партий в ансамбле, трубок в комплекте флейты Пана. Мудрено почувствовать юмор комических наигрышей или отдельных их эпизодов. Если не знать интонационную символику пародируемых образов и основ традиционного формообразования, не постижима суть фарса в гуцульских «батарских» (хулиганских) пьесах; не покажутся парадоксальными внезапные отклонения от логики музыкального построения и нелепыми – отдельные интонационные вкрапления в казахские гротесковые кюи типа «Науыскы», если не иметь представления о «нормальном», типовом тексте [9].

Инструментальная музыка играет важную роль в жизни народа, охватывая, по-разному у разных этносов, всевозможные сферы его быта и составляя существенную часть культуры. Инструментальная музыка сопровождала человека на всех этапах его жизни на земле, сопутствовала его будням, праздникам, горю, радости. И выражая помыслы народа, сама активно воздействовала на его духовный мир, эстетику, этику.

Масштаб и грани этого воздействия отразились в поверьях народа, легендах, песнях, сказках, воспоминаниях. Здесь и преклонение перед волшебной силой музыки, любовь и уважение к музыкантам, благоговение перед орудиями их деятельности – музыкальным инструментам, и, вместе с тем, представление о традиционной музыке как явлении своем, доступном и необходимом. Белорусский крестьянин охотно аргументирует такое положение: игра на дудке помогает думать, как «за правду пастаяць» [13, с. 275].

Показательной для понимания авторской позиции исследователя представляется трактовка И. В. Мациевским специфики инструментального исполнительства. Автор считает ее прерогативой мужчин. Профессиональная музыкальная деятельность у славянских, балтийских, финно-угорских, тюркских, большинства других народов почти всегда – мужское дело. Профессионалу приходится часто и надолго отлучаться от семьи, что менее естественно для женщины – хранительницы домашнего очага (аналогично с отхожими промыслами), постоянно бывать на гулянках, свадьбах, улице, в кабаках, что естественнее для мужчин. Деятельность женщин как инструменталистов-профессионалов для традиционного быта – факт из ряда вон выходящий и всегда объясним чрезвычайными причинами. А уж инструменталисты-колдуны, лекари, распорядители обрядов, считают в народе, могут рождаться лишь в определенных семьях, и дар этот наследуется по мужской линии. Здесь мы вновь возвращаемся к возникшей еще при первобытнообщинном строе культовой сфере функционирования инструментализма. Из нее постепенно выделился особый пласт, связанный с атрибутами культа и власти. Не только для совершения ритуала, но и для управления во время и вне его своими соплеменниками жрецы и вожди пользовались музыкальными

ми инструментами. Это тоже способствовало превалированию в ней мужского начала [8].

История знала и периоды матриархата, однако все проявления женского инструментализма характеризует тесная связь с песней. Женское исполнительство на дутаре, дойре, трещотках, кувиклах – обычно вокально-инструментальное. Играя на варганах (кстати, в сугубо интимном общении, не на миру – повсеместно), женщины пытаются даже выговаривать слова. Мужским наигрышам, особенно древним, пастушеским и связанной с ними музыке для слушания, наоборот, свойственна авербальность, ритмическая независимость от слова, собственно инструментальная интонационность, во многом обусловленная строем древнейших аэрофонов. Пастушеские импровизации родились на привольных пастбищах и в долинах горных рек. В таких местностях звук музыкального инструмента был, чуть ли ни единственным, средством общения между (разобщенными десятками километров) пастухами. Эти наигрыши, принесенные в село, живут там самостоятельной жизнью. Они исполняются для слушания, а не для сопровождения песен или танцев. Пастушеская музыка наименее подвержена мутациям под влиянием моды или при более серьезных обстоятельствах. Она сохраняет свой архетип даже при этнической ассимиляции, утере языка, смене жанров, поэтому является ценнейшим материалом для развития современного музыкального искусства [13, с. 394].

В завершении краткого обзора подходов И. В. Мациевского к решению непростых теоретических задач по систематизации научных знаний в области этноинструментария, этнической музыки, напомним, что ученый является не только теоретиком, но и практиком, применяя получаемые знания при сочинении музыки и разработке методики, основанной на применении этнических инструментов в системе дыхательных и физико-гимнастических упражнений, в индивидуальных, групповых вокальных и инструментальных исполнительских опытах, в построении сонорных и мобильных композиций. По мнению композитора, данная методика способствует раскрытию творческих способностей музыкантов при помощи этнических инструментов [7, с. 6].

Предваряя выводы об особенностях применения духовых инструментов в творчестве И. В. Мациевского (на примере музыки к фильмам «Древо вечности», «Фараон», «Сочинушки», «Небывальщина»), отметим, что в творчестве И. В. Мациевского музыка к кинопроизведениям занимает особое место. Эти музыкальные фильмы можно считать равноценными сценической музыки и операми. Следует отметить, что в фильмах «Прощанье» и «Древо вечности» И. Мациевский выступил также как автор сценариев.

Основываясь на высказывании самого автора о том, что музыка для театра «помогает обрести особое мышление, яркость» [3], можно утверждать, что все творчество в области музыкальных кинопроизведений является своего рода лабораторией, в которой вырабатываются новые средства художественного стиля.

Характеризуя творчество И. В. Мациевского в контексте музыки к кинофильмам, можно выделить две сферы бытия и культуры, лежащих в основе композиторской деятельности автора. Первая – это духовно-эмоциональная и религиозная сфера. Вторая, лежащая в основе не только музыки к кинофильмам, но и других произведений, – сфера игровая, связанная с интеллектуальной деятельностью человека в мире людей.

К первой сфере относятся такие произведения, как Симфония-концерт для скрипки и симфонического оркестра «Аз и Я», «Белорусская месса», две трехчастные сонаты для виолончели соло «Вступление в Апокалипсис». Также эта сфера находит свое отражение в оратории «Пам'ять про Лесю Українку», симфонической поэме «Воспоминание» (для оркестра литовских национальных инструментов) и «Elegia» памяти А. Солтыса для трех скрипок. Прямое выражение духовно-эмоциональное начало получает в произведениях: «Пять духовных песнопений», «Modlitwy» (для хора a capella) и Кантате для сопрано, хора и оркестра «Veni, Creator Spiritus», все они написаны на православные и католические канонические тексты.

Относительно музыки к кинофильмам, к этой сфере относится фильм «Древо вечности», с положенной в основу вокальной поэмой «Ноктюрн» (в связи с этим хочется отметить, что поэма написана на текст белорусского поэта А. Гаруна и текст используется в оригинале без перевода. Это характерно для всего творчества композитора: все тексты используются в оригинале без перевода, что, по свидетельству И. Мациевского, дает возможность более полно передать характер и смысл, положенного в основу музыкального произведения, текста.

В целом же в основе драматургии фильма лежит художественный диалог вербального (вокальная партия) и невербального (видеоряд, звучание музыкальных инструментов и звуковой фон). Как полагает Г. В. Тавлай, в данном диалоге заключается основная парадоксальная особенность и композиторского стиля И. Мациевского и близкой ему режиссерской манеры А. Каневского: поначалу несоединимое впоследствии оказывается единственно возможным [16, с. 3]. В связи с этим отметим, что изначально музыка И. В. Мациевского была написана под впечатлением от просмотра кинокадров, отснятых в разные годы кинооператором А. Донцом. Позднее А. Каневский использует музыку и привлекает оператора А. Донца для воплощения своей художественной концепции. Это еще раз свидетельствует о важной роли музыки в драматургии фильма.

Совершается метаморфоза «Ноктюрна» в «Древо вечности». Обращение к жанру ноктюрна в кинопроизведении указывает на его глубокий философский подтекст: по сути, весь фильм представляет собой ночное – а значит лишенное посторонних впечатлений и вызванных ими мыслей – размышление художника о предназначении жизни человека в мире, смысле человеческого бытия. В отличие от многих других музыкальных фильмов И. Мациевского «Древо вечности» не переносит зрителя в иное историко-культурное время или пространство. Не представлено здесь и другое физи-

ческое измерение – микро- или макромир, как это бывает в видовых фильмах о природе. Парадокс художественного переключения состоит в другом. Благодаря сопоставлению образных сфер – пластов природы (лес, отдельные деревья, листва, луг) и культуры (пастух с овцами, здание-памятник, лесник с пилой) оказывается возможным по-новому ощутить пространственно-временные границы происходящего в фильме, осознать смысловые константы существующего за пределами кинопроизведения – в жизни. При отсутствии в художественном языке фильма чистого символизма обращает на себя внимание характерная для видеоряда знаковость.

Множество заложенных в нем смыслов отражают архетипический уровень прочтения всего содержания композитором и режиссером и понимания его зрителем и слушателем. Образ дерева – ключевой в художественной концепции поэта, композитора и режиссера – воспринимается в фильме как символ вечности, знак высшего духовного начала. Благодаря музыкальному ряду жизнь дерева – от юного, молодого, свежего ростка до срубленного ствола и сухого пня – соотносится в фильме с жизнью человека, жизнь леса – с силой жизни рода, жизнь природы – со временем культуры. Контрасты высокого природного и приземленного человеческого в равной мере тяготеют к космосу, гармонии, порядку. Это достигается мастерскими приемами сочетания визуального и музыкального. Таким образом, в визуально-музыкальном целом передается образ души и ее предназначения – устремленности к Богу и вечности. Все стихии и первоэлементы бытия, силы природы и времена года, передаваемые вневременным циклом жизни дерева, проходят в течение всего фильма в качестве важнейших смысловых рядов.

Благодаря соединению видеоряда и музыки земля изображается плодородной, цветущей и покрытой зеленью, а также сухой, потрескавшейся и обезвоженной или уснувшей под снегом, ветер – как *perpetuum mobile* природы, с шумом пронесшийся в листве и видимый в движении крон деревьев. Воздух и воздушное пространство воспринимается как живое дыхание невидимых участников происходящих событий; огонь – как солнечный свет, пронизывающий и питающий собой все живое; вода – в виде пролившегося на лес живительного дождя.

Весь цикл времен года – весна, лето, осень и зима – представлены в изображении природы как цепь рождения, роста, кульминации и сна – смерти, дающей начало новой жизни. Рождение в этом ключе понимается как возрождение – пробуждение, казалось бы, ушедшего навсегда. Сочетание музыки, текста и видеоряда указывает и на христианский характер символики фильма, в котором «заботливая рука» может выступать как знак Бога, «живительный сок» – как символ Святого Духа, «раны» – как обозначения грехов и болезней. С помощью таких многозначных символов передается тайная, сокровенная, на первый взгляд незаметная, но единственно важная истина, постигаемая лишь творческим путем, – высшая истина о гармонии жизни и смене поколений, в которой сочетается вечная боль и скорбь об умерших и

радость о рождающихся, будь то деревья или люди. В связи с этим «мощь и покой» воспринимаются семантически как закон жизни, ее вечная мудрость.

Переживание происходящего с деревом, деревьями, природой, как и памятниками культуры, далеко не всегда идиллично, лирично или романтично, порой оно носит оттенок трагизма. Это весьма существенная линия в творчестве И. В. Мациевского, она связана с обращением композитора к памяти ушедших – деятелей литературы и искусства, представителей культурных традиций, учителей, друзей. Отсюда – скрытый смысл фильма, заключенный в его «втором» (но на самом деле первом) плане, который обращен к человеку, его месту в истории и культуре, его отношению с природой. Парадокс «Древа вечности» состоит в том, что в фильме практически нет персонажей – людей, однако ясно, что все в нем – о человеке и для человека. Лирический герой – выступающий то как сочувствующий или строгий наблюдатель, то как соучастник событий, постоянно находится рядом, хотя его и не видно. Главный след и знак его присутствия – это голос певца, исполняющего вокальную поэму.

Символично использование духовых инструментов в музыке фильма: как отмечает В. И. Лисовой и А. С. Алпатова «на фоне звучания вибратона тембр флейты воспринимается как символ жизни, отдельной трубы или ансамбля труб – воспоминания о боях и смерти, колоколов – осеннего умирания и весеннего пробуждения дуба или исчезновения ручья как его смерти и возрождения в реке, хора (в его тембровой имитации с помощью синтезатора) – повествования о жизни дерева и леса» [5].

В связи с представлением И. Мациевского об особой роли игрового начала в музыке и художественной деятельности далеко не случайным оказалось его сотрудничество с режиссером С. Овчаровым, в фильмах которого в полной мере раскрывается смысл традиционной народной, в том числе смешовой культуры. В контексте проявления в музыкальных фильмах И. в. Мациевского действенного игрового начала заслуживает внимания анимационно-игровой фильм «Фараон», в котором наряду с использованием двумерной компьютерной графики сочетаются элементы кино, телевидения, театра, мультипликации и клоунады.

В связи с этим фильмом обратим внимание еще на одну особенную, парадоксальную черту музыки И. Мациевского: в «музыкальных путешествиях» функцию своеобразного «музыкального транспорта» выполняет музыкальный инструмент, служащий средством перемещения музыканта и слушателя в другие миры. Отметим, что именно в этом качестве музыкальный инструмент воспринимается в традиционных культурах многих народов мира – следы такого отношения отражаются в зооморфной (лошади, птицы) и предметной (лодка и другие древние транспортные средства) символике инструментов.

В «музыкальном путешествии» в фильме «Фараон» арфа выступает как колесница, на которой и композитор, и слушатель переносятся в мир древнеегипетской культуры, а арфист – как возничий, способствующий этому пе-

ремещению. Эти образы неожиданно пересекаются с платоновскими, представленными философом в диалоге «Федра». По этому поводу А. Ф. Лосев замечает: «Учение Платона о душе излагают обычно скучно и мертвенно. Забывают, что души людей и богов – это крылатые колесницы в их вечном движении по небу. Колесница человеческой души управляется возникшим, или разумом» [6, с. 272]. В начале фильма звуки флейты и арфы, нося некий повествовательный и архаичный характер, открывают перед нами дверь в мир древнего Египта.

Музыка сопровождает стремительно развивающуюся судьбу главного героя: его влюбленность, свадьбу, конфликты семейной жизни, смерть, мумифицирование и похороны. Флейте поручена лирическая мелодия, которая словно арка обрамляет фильм. Режиссер поддерживает видеорядом идею арки: появляется фигура египтянки, которая исполняет гимнастический «мостик», перерастающий в иерархию надстроенных друг над другом тел (ассоциирующихся со сводами земли и неба). Мелодия флейты пентатонична, однако, она постепенно расширяется, появляются широкие интонационные ходы (больше сексты), внедряются хроматизмы. «Осовременивание» архаической ладовой структуры носит игровой характер, композитор и режиссер постоянно проскальзывают сквозь преграды времени: египетский жрец на храмовом изображении может превратиться в гаишника, пассажиры лодки – уподобиться сутолоке и сумятице общественного транспорта, возлюбленная героя может читать книгу. Тембр флейты сочетается в фильме с природными звуками. Ночную сцену озвучивает флейта и сверчок, утром в мелодию флейты вторгается крик петуха, дневная сцена встречи героя с девушкой происходит на фоне лирической мелодии флейты и пения птиц.

Музыкальная драматургия фильма построена на контрастах «живой», в том числе реконструированной архаической, и «искусственной» – современной электронной музыки, а также на противопоставлении и взаимодополнении разных инструментальных тембров или регистров одного инструмента, на контрасте фактурных приемов. В организации музыкального текста ведущую роль играет сопоставление звуковых планов-пластов, благодаря которому стилевое переключение из древней культуры в современную (вплоть до популярной музыки и звуков города) и обратно также может трактоваться как путешествие-переход в «параллельные миры» или «путешествие во времени» (в этом случае музыка выступает и как своеобразная «машина времени»). Оживают рельефные изображения на стенах храма, оживает для современного человека далекий мир древней культуры, а музыка приближает эти «угасшие» миры к слуху и сознанию человека.

Обращаясь к использованию этнических инструментов, обращают на себя сочинения автора, созданные для кинокартин. В фильме «Сочинушки» (режиссер С. Овчаров) в самом начале на экране появляется шкатулка, выполненная в стиле жостовской лаковой миниатюры, исконного русского промысла. Она вводит зрителя в мир старины и в то же время – в мир необылиц и шуток. Принцип начала действия совпадает с «Фараоном»: прошлое

(застывшее и заостеневшее в памяти) оживает. Этому «воскрешению» ушедшего способствует живая трепетная музыкальная интонация. В ней солирующим инструментом является жалейка, традиционный этнический (славянский) инструмент, часто применяемый в крестьянском музицировании. Еще одной общей чертой музыки к фильмам «Фараон» и «Сочинушки» является принцип использования инструмента в качестве «музыкального проводника». Если в фильме «Фараон» в роли «музыкального транспорта» выступает арфа, то здесь этим инструментом является жалейка (в заключении фильма мы снова услышим ее звучание, так же как слышим звучание арфы в завершении фильма «Фараон») Наряду с жалейкой используется в музыке этого фильма гудочки, пастушеский рог.

Общая концепция фильма – стилизованное и изображение крестьянской жизни, в которой присутствуют фольклорные персонажи (Емеля на печи, щука в проруби), деревенские празднества (свадьба).

Фильм имеет четыре раздела, каждый из которых располагается в общем замысле по принципу «матрешки»: начало каждого раздела – поочередное раскрытие маленькой шкатулки, содержащейся в одной большой шкатулке. Так же и четыре эпизода фильма составляют один большой художественный проект, посвященный народной жизни, ее сказочным и бытовым персонажам, обрядовым действиям.

Действие первого раздела начинается с изображения Емели на печи, вытягивающего руку до невероятных размеров, чтобы, не поднимаясь с печи, дотянуться до желаемого. Эти кадры «сказочной вытягивающейся руки» сопровождаются веселым наигрышем балалайки с вплетающимися звуками той же жалейки и пастушеского рога. В дальнейшем шутливость (и вместе с тем метафоричность) действия подчеркивается тем, что крестьяне вдруг взмывают в небо, возносятся выше крыши дома во время танца, словно в картинах Марка Шагала. Их движения пародийно ограничены веревочками, тянущимися от мужских тел к рукам сидящих за столами жен.

Второй раздел – любовная сцена, сопровождаемая звуками городского романса. Здесь царствует гитара как инструмент салонного музицирования.

Третий раздел – свадьба. В сцене деревенского гулянья применяются традиционные духовые инструменты (флейты, жалейки). Здесь они исполняют плясовые мелодии, сопровождающие свадебную церемонию. Присоединяющиеся ударные инструменты увлекают в этот пляс марширующих солдат и даже похоронную церемонию. Мистическая кульминация фильма – решенная в «гоголевском» духе сцена: в темном поле продвигается процессия с покойником. Неожиданно он встает из гроба (именно в фольклоре присутствует огромное количество «страшилок», которые хорошо знал Н. В. Гоголь и использовал в сюжетах своих произведений).

В связи с этим отметим особый художественный контекст используемый композитором мелодий. Музыка, носящая ярко выраженные фольклорные черты (интонационный строй, инструментарий), дополняет сюжет, который решается в традициях русского балаганного театра [4, с. 4]. Здесь при-

сутствуют черты скоморошества, ярмарочности (народное гулянье – свадьба), гротеска, сатиры, небылицы. Подвыпившие мужички взлетают из-за стола к небу как воздушные шарик. Их движения пародийно ограничены веревочками, тянущимися от мужских тел к рукам сидящих за столами жен. Позднее эти же мужички вместо тройки лошадей, летя по воздуху, тянут за собой сани с крестьянами. Трагический и вместе с тем комический эффект вызывает у зрителя похоронная процессия, которая вместе с «воскресшим» покойником под звуки плясовой присоединяется к народному гулянию. Элементы смеховой культуры имеют немаловажное значение в жизни народа и искусства. К примеру, именно скоморошество являлось важной составляющей русского фольклора. Благодаря ему получили свое развитие театр и другие формы культуры на Руси. Сатирическое свойство музыки композитора как раз очень широко проявляет себя именно в кинофильмах и представляется очень органичным в рамках данного произведения.

Четвертый раздел – Ночь. Хоровая сцена – сбор урожая (гигантского яблока) – сопровождается звуками жалеики. В конце фильма на деревенской площади появляется большая «метафизическая» дыра, пропасть в мир ирреального.

Модернизация архаики неслучайна. Как отмечает А. С. Алпатова в статье «Метаморфозы архаики в современной культуре и музыке», творческое воссоздание в современных произведениях архаических форм и элементов традиционной музыки, приемов работы со звуковым материалом можно определить термином «неоархаика» [1, с. 13]. Архаические сюжеты (мифология, эпос, исторические предания, легенды, сказки) и мифические существа (божества, герои, персонажи) часто применяются композиторами XIX-XX вв. Среди наиболее известных назовем Н. А. Римского-Корсакова, И. Ф. Стравинского, С. С. Прокофьева. Как отмечает Г. В. Тавлай в статье «Архаика и авангард в этнической традиции и массовой культуре», «авангард существует внутри самой традиции всегда. Он предопределяется универсальным законом саморазвития, самоорганизации фольклорных явлений, подверженности их трансформации, вариантным преобразованиям различного толка» [15, с. 15].

В современной музыке применяются архаические приемы работы со звуком:

- звукоподражание природным звукам при помощи голоса и/или музыкального инструмента – В. Гаврилин, С. Губайдулина);
- бормотание, многократный повтор звука как средство введения слушателя в экстатическое состояние, унисонное пение-скандирование хора (К. Орф, Б. Барток);
- звучание реконструированных архаических и традиционных музыкальных инструментов или подражание ему с помощью современных технологий (Тан Дун, И. Мациевский).

Принцип стилизации воплощается в музыке к фильму «Сочинушки» в выборе выразительных средств: видео- и аудиоряды взаимодополняют друг

друга: фольклорные мотивы в изображениях деревенских празднеств (лубок, народные промыслы – шкатулки Жостово, Городец) сопровождаются тембрами этнических инструментов, интонациями народных наигрышей и попевок. Синтез музыкального и вербального рядов способствует усилению впечатления от художественного произведения.

Многогранно использование духовых инструментов, в том числе традиционных – флейт, жалеек и др., в фильме «Небывальщина» (режиссер С. Овчаров). Здесь инструменты появляются в самом разнообразном сюжетном контексте – это и колыбельная, и сцена поиска жены мужа, образ изобретателя, мечтающего построить летательный аппарат, и образ знойной пустыни. Медные духовые инструменты используются в привычной для себя манере и сопровождают батальные и военные сцены.

Характерное музыкальное воплощение образа ребенка в «Небывальщине» – от вокальной колыбельной до инструментальной (исполняемой на традиционной флейте) мелодии, звучащей во время его исчезновения, – затрагивает проблему отношения И. В. Мациевского как композитора и ученого к вокальной и инструментальной музыке в целом. Звучание человеческого голоса в фильме связывается с земной, изобилующей разнообразными событиями жизнью героев, тогда как сольная или ансамблевая инструментальная музыка звучит во время событий, решающих судьбы героев и потому открытых в мир Вечности. Такое понимание мастером сути вокальной и инструментальной природы музыки уходит корнями в изучаемые им музыкально-культурные традиции разных народов, в контексте архаических пластов которых инструментальная музыка трактуется как воплощение высшего – Божественного начала, тогда как вокальная выступает в качестве важнейшего, но человеческого, земного средства общения с ним.

В связи с этим показательно, что к работе над многими музыкальными кинопроизведениями И. Мациевский подошел не только как композитор и исследователь, но и с позиции музыканта-исполнителя. В отдельных фрагментах фильма «Левша» звучит голос композитора, исполняющего романсы, а в фильме «Небывальщина» музыка создавалась композитором без подготовки и предварительных записей – как живое сопровождение видеоряда, своеобразная музыкальная импровизация-ансамбль с героями фильма. В этом смысле особого внимания заслуживает факт его собственной игры на традиционных флейтах в эпизоде поиска главными героями (мужем и женой) друг друга. В этом же фильме можно услышать и звучание основанного И. Мациевским в 1980-х годах Ленинградского камерного фольклорного ансамбля, ставшего лауреатом XII Всемирного Фестиваля молодежи и студентов [5].

Выводы

Проанализировав практику использования духовых инструментов в мировой культуре, отметим, что они с древнейших времен играли важную

роль в жизни человека. Применяемые в ритуалах и бытовой практике, они выполняли магическую, воспитательную, развлекательную, прикладную функции.

На основе анализа теоретических работ и музыкального творчества И. В. Мациевского было выявлено, что этническая музыка понимается им как средство для формирования духовного опыта современного человека, как импульс для обновления жанрового своеобразия и музыкально-выразительных средств композитора и исполнителя. Не менее существенным является потенциал архаического искусства в процессах творческого взаимодействия композитора и слушателя, зрителя.

Проанализировав и обобщив основные принципы применения духовых этнических инструментов в музыке И. В. Мациевского, можно сделать вывод о семантическом (содержательном) и драматургическом значении духовых инструментов в творчестве И. В. Мациевского:

- они являются средством национальной идентификации;
- при помощи реконструированных этнических инструментов или их реконструированного звучания можно «путешествовать во времени», ощутить аромат ушедших времен, войти в звуковой мир древней музыки;
- этническая музыка содержит ценные возможности для раскрытия креативных способностей музыкантов, великолепно вписывается в экспериментальные проекты. Этнический инструментарий, характерные приемы игры, предоставляют композитору и исполнителю разнообразные творческие возможности слияния различных культурных традиций, создания политекстуальных произведений и обогащения содержательного аспекта художественного образа, артистического самовыявления.

Этническая музыка является для И. В. Мациевского феноменом, достаточно устойчивым к идеологическим влияниям. Одна из основных ее функций – быть средством национальной идентификации, гармонизации отношений человека с миром природы и социумом. Инструментарий, применяемый в этнической музыке, актуален и в современном искусстве. Он позволяет «вернуться к истокам», к средствам и приемам фольклорного творчества, укоренить свое художественное сознание в мире преданий и традиций. Этнический инструментарий является для композитора средством «путешествия во времени», позволяющим понять культуру ушедших цивилизаций и сделать ее жизненным импульсом для творчества.

Перечень использованных источников

1. Алпатова А. С. Метаморфозы архаики в современной культуре и музыке / А. С. Алпатова // Архаика-авангард : материалы Международного научно-практического симпозиума, г. Санкт-Петербург, 2-5 декабря 2013 г. – Санкт-Петербург : Рос. ин-т истории искусств. – С. 11-14.

2. Боброва О. «Пять духовных песнопений» И. Мациевского в контексте музыки к литургии святого Иоанна Златоуста / О. Боброва // Музыкант в

традиционной и современной культуре: к 60-летию И. В. Мациевского : материалы международного симпозиума, Санкт-Петербург, 17-20 дек. 2001 г. / [сост.: Д. Абдулнасырова и др.]. – Санкт-Петербург : Рос. ин-т истории искусств, 2001. – С. 107-132.

3. Гаврилина С. Игорь Мациевский: музыка – это переход в параллельные миры [Электронный ресурс] : интервью И. В. Мациевского со С. Гаврилиной / С. Гаврилина // Невское время. – 2013. – 21 июня. – Режим доступа: <http://goo.gl/P5mCgd>. – Загл. с экрана.

4. Заржецкий В. В. Традиции балагана в русской современной драматургии : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.01 – Русская литература / В. В. Заржецкий. – Москва, 2006. – 24 с.

5. Лисовой В. И. Музыкальное путешествие как феномен творчества Игоря Мациевского [Электронный ресурс] / В. И. Лисовой; А. С. Алпатова // Музыкальная наука на постсоветском пространстве : сайт Международной Интернет конференции. Российская академия музыки имени Гнесиных. – Режим доступа: <http://2010.gnesinstudy.ru/index.html%3Fp=277.html>. – По состоянию на 24.02.2016. – Загл. с экрана.

6. Лосев А. Ф. Античная музыкальная эстетика / А. Ф. Лосев. – Москва : Музгиз, 1960. – 304 с.

7. Мациевский И. В. О креативных факторах древнейших пластов этнической и исторической музыки в современной творческой практике / И. В. Мациевский // Архаика-авангард : материалы Международного научно-практического симпозиума, г. Санкт-Петербург, 2-5 декабря 2013 г. – Санкт-Петербург : Рос. ин-т истории искусств. – С. 5-7.

8. Мациевский И. В. Инструментализм как явление мужской музыкальной традиции / И. В. Мациевский // Мужчина в традиционной культуре Поволжья. – 2003. – № 16. – С. 131-134.

9. Мациевский И. В. Инструментальная музыка и этноисторическая идентификация: самосознание и традиция / И. В. Мациевский // Музыкология. – 2007. – № 7. – С. 157-184.

10. Мациевский И. В. Народный музыкальный инструментарий и методология его исследования / И. В. Мациевский // Актуальные проблемы современной фольклористики. – Ленинград : Музыка, 1980. – С. 34-62.

11. Мациевский И. В. О взаимосвязи инструментария и инструментальной музыки в процессе исторического развития культуры / И. В. Мациевский // Вопросы инструментоведения. – 1995. – Вып. 2. – С. 60-66.

12. Мациевский И. В. Современность и инструментальная музыка бесписьменной традиции / И. В. Мациевский // Современность и фольклор. – Москва : [Б. и.], 1977. – 348 с.

13. Мациевский И. В. Народная инструментальная музыка как феномен культуры / И. В. Мациевский. – Алматы : Дайк-Пресс, 2007. – 520 с.

14. Свободов В. А. Смычковый инструментарий в эволюции европейского исполнительского искусства : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.02 / В. А. Свободов. – Санкт-Петербург, 2010. – 48 с.

15. Тавлай Г. В. Архаика и авангард в этнической традиции и массовой культуре / Г. В. Тавлай Архаика-авангард : материалы Международного научно-практического симпозиума, г. Санкт-Петербург, 2-5 декабря 2013 г. – Санкт-Петербург : Рос. ин-т истории искусств. – С. 15-16.

16. Тавлай Г. В. Предисловие к сборнику «Маціеўскі Ігар. Пецяўбургкі дыяреюш для голаса і фартэпіяна» / Г. В. Тавлай. – Санкт-Петербург : [Б. и.], 2004. – С. 3-4.

© М. Л. Зайцева

Back to the roots: features of ethnic instruments in Igor Matsiewski's works

Zaytseva Marina

*Maimonides State Classic Academy, Professor of the Department of History and Theory
of Performing Arts, Doctor of Sciences (Arts), Russia*

Abstract. The article scientifically substantiates the artistic challenges posed in the outstanding Russian composer and music – theoretician I. V. Matsiewski's creativity. The features of wind instruments interpretation in I. V. Matsiewski's scientific works and application of folk wind instruments in the music for the films "The Tree of Eternity", "Pharaoh", "Sochinushki" and "Believe It" are discovered. It is proved that the use of ethnic wind instruments in I. V. Matsiewski's music gives them a special semantic and dramaturgical value, contributes to the product becoming a multicultural text.

Keywords: modern art, Russian music of XX-XXI century, ethnic music, ethnic musical instruments multicultural traditions, Igor Matsiewski.

© М. Zaytseva

Русская религиозная живопись конца XIX – начала XX вв.

Мику Наталья Валентиновна

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
доцент кафедры истории и философии, кандидат исторических наук, доцент, Россия*

Королева Лариса Александровна

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
заведующая кафедрой истории и философии, доктор исторических наук, профессор, Россия*

Аннотация. В статье анализируется развитие религиозного искусства, а именно – религиозной живописи, ее специфика, в России конца XIX – начала XX вв., вызванное системными изменениями в российском обществе, на примере художников – В. М. Васнецова, М. В. Нестерова, М. А. Врубеля.

Ключевые слова: Россия, религиозная живопись, конец XIX – начало XX вв.

Введение

Конец XIX – начало XX вв. – это период, когда во всех сферах жизни российского общества происходили серьезные изменения. Они коснулись также культуры и искусства. В историю культуры страны этот период вошел как «серебряный век». Для этой переломной эпохи, наряду с определенным кризисом веры, с нигилистическими тенденциями, которые наметились ранее, характерен и неподдельный интерес к христианской тематике, к проблемам религиозного характера. В российском обществе по-прежнему значимой оставалась вера в идеал, религиозный поиск истины стал важнейшей составной частью духовно-нравственной жизни социума в данный период. Христианство, сосредоточившись на внутренней сущности индивида, стало своеобразным вызовом атеистическим и нигилистическим идеям, широко распространявшимся тогда. Неслучайно, именно на этот период приходится расцвет русской религиозной философии, для которой характерно стремление к осмыслению бытия личности в мире, поиск высшей нравственной цели существования, истины, смысла жизни. По мнению С. Франка, религия представляет собой, в первую очередь, настроение; она предоставляет полную основу для наших возвышенных оценок; точнее, есть сама и есть осознаваемая всецело вера в идеальные ценности, согревающая и освещающая особой высшей идеей всю нашу жизнь [6, с. 81]. Религия всегда означала веру в действительность абсолютно-ценностного, в начало, где сливаются в одно целое сила реального бытия и идеальная правда духа [7, с. 83].

Принципиально иная роль религиозного искусства определялась и новым отношением к религии интеллигенции, в среде которой многие начинают заниматься религиозными изысканиями. Религиозное искусство России на рубеже XIX-XX вв. вступает в эпоху деятельного и осознанного обновления. Активные поиски красоты тесно переплетаются с поисками духовности [3].

В искусстве, в живописи обращение к религиозной тематике является способом решения нравственных и смысложизненных вопросов, с которыми неизбежно сталкивается каждый человек. Это также связано с возвращением к истокам собственной культурной традиции, с отказом от слепого преклонения перед Западом. Это было возвращение к православной традиции в искусстве. Рубеж XX – XXI века тоже является переломным периодом в культуре. Масштаб, темп и результаты изменений, происходящих в настоящее время, по сути, не имеют аналогов. Это приводит к утрате связи с культурной традицией. К. Ясперс отмечал: «создается впечатление, что люди не способны постигнуть то, что дано прошлым» [8, с. 365].

В. М. Васнецов, М. В. Нестеров и М. А. Врубель занимают особое место в истории русского религиозного искусства. В их творчестве органично сочетались современность и традиция. Для них характерна новая манера письма, где классический академизм сочетался с национальным художественным языком. Важно отметить, что эти творцы неоднократно участвовали в создании церковных фресок. Они внесли значительный вклад в возрождение и развитие церковной монументальной живописи. Правда, данный аспект творчества В. М. Васнецова, М. В. Нестерова, М. А. Врубеля длительное время оставался в тени.

Исходя из вышесказанного, обозначена цель – исследовать особенности религиозной живописи в России конца XIX – начала XX вв. на примере творчества художников – В. М. Васнецова, М. В. Нестерова, М. А. Врубеля.

Результаты исследования

М. В. Нестерова, по праву можно назвать одним из выдающихся живописцев того времени. Он был прекрасным портретистом, пейзажистом, писал жанровые картины исторической тематики. Однако, специфическое место в его творчестве занимала религиозная живопись. Сильное влияние на Нестерова оказал один из его учителей – В. Г. Перов. А. Н. Бенуа, критикуя некоторые из работ Нестерова, в то же время, признавал, что тот не просто поэт-реалист, не только раскрывает нерушимые основы красоты и поэзии в реальности, но всей своей сущностью пытается вырваться из данной действительности; он полностью во власти глубинных вопросов сверхчувственного и сверхъестественного уровня, веры и «жизни в Боге» [1, с. 255].

Нестеров был истинно религиозным человеком. Он воспитывался в традиционной купеческой семье. Нестеров всегда с интересом относился к исканиям русских духовных мыслителей, в частности В. С. Соловьева. В 1900-е гг. он посещал собрания религиозно-философского общества, был знаком с С. Н. Булгаковым, П. А. Флоренским, И. А. Ильиным. В 1917 году Михаил Васильевич Нестеров написал одно из самых знаменитых своих полотен – «Философы». Это двойной портрет русских религиозных философов – Павла Флоренского и Сергея Булгакова. Сам Михаил Васильевич так писал об этой своей работе: «Сейчас у меня три портрета: Л. Н. Толстой, м. Антония и профессоров – лучших и даровитейших философов-богословов наших – отца Павла Флоренского (автора книги «Столп и утверждение истины») и

С. Н. Булгакова. Все три портрета как бы восполняют один другого в области религиозных исканий, мысли и подвига» [4, с. 22]. Спустя годы, в 1943 году, находясь в эмиграции, Булгаков напишет об этом портрете: «То было художественное ясновидение двух образов русского апокалипсиса, по ее и по ту сторону земного бытия, первый образ в борьбе и смятении (а в душе моей относилось именно к судьбе моего друга), другой же к победному свершению, которое ныне созерцаем...» [2, с. 374]. В 1921-1922 гг. он написал портрет И. А. Ильина.

Нестеров полагал, что искусство имеет свою сферу влияний на человека. Он писал: «Я не любил и не люблю тем «сегодняшнего дня» – тем общественных, особенно касающихся «политики»». По его убеждению, природе искусства «не свойственны ни публицистика и, тем более, «политика»». Он писал: «Оно (искусство) как бы призвано оберегать эту «душу», не допускать, чтобы она засорялась скверной житейской. Искусство сродни молитве» [4, с. 20].

Как о крупном самобытном художнике Нестеров заявил о себе картиной «Пустынник», которая была выставлена на одной из передвижных выставок. На этой картине, написанной в 1888-1889 гг., был изображен старец-монах. По словам И. И. Никоновой, на этом полотне «Нестеров представляет жизнь вдали от мирской суеты, «пустынничество» как определенное условие для формирования духовной стойкости и целостности человеческой личности». Один из посетителей выставки так отозвался о «Пустыннике» Нестерова: «Трудно даже представить себе то впечатление, которое производила она на всех! Тогда она производила прямо ошеломляющее действие и одних привела в искреннее негодование, других в полное недоумение и, наконец, третьих в глубокий и нескрываемый восторг» [5, с. 7].

М. В. Нестеров обращался в своем творчестве к теме Древней Руси. В творчестве художника образ Руси представлялся как какой-то нереальный, сказочный мир, гармоничный с природой, но пропавший, будто славный город Китеж.

Особое положение в жизни и творчестве М. В. Нестерова занимал образ Сергия Радонежского. Он постоянно возвращался к нему в своем творчестве. Сергию Радонежскому посвящены 15 произведений Нестерова. Наиболее известной является картина «Видение отроку Варфоломею», созданная на рубеже 1889-1890 гг. Она стала первой его работой, посвященной преподобному Сергию. На полотне запечатлен эпизод, описанный в «Житии преподобного Сергия», которое было составлено Епифанием. Юному Варфоломею (Сергию) долго не давалась грамота; однажды, когда отец послал его на поиски пропавших жеребят, ему было видение – святой старец, к которому мальчик обратился с просьбой «яко да бых умел грамоту», и старец исполнил это желание. А. Н. Бенуа считал, что Нестеров не создавал больше ничего подобного по цельности и непосредственности. Он писал, что ««Видение отрока Варфоломея (будущего св. Сергия Радонежского)» – одна из самых таинственно-поэтических и прелестных картин последнего десятилетия XIX века» [1, с. 255-256]. Сергей Радонежский был для Нестерова воплощением

нравственного идеала, поэтому его личность и была столь притягательной для него.

Неотъемлемой частью картин Нестерова является пейзаж. Природа русской земли с ее бескрайними просторами, неяркая и спокойная как нельзя лучше подчеркивает одухотворенность и сосредоточенность нестеровских героев. Н.Н. Евреинов писал, что Нестеров «дал свое имя на веки вечные одному из образов нашей старой России. Дорог в искусстве портрет живого человека. Но еще дороже портрет умирающего или уже умершего... До революции 1917 года нестеровский пейзаж существовал в действительности; после революции 1917 года нестеровский пейзаж существует лишь на холсте, в воспоминаниях, в устной или письменной передаче. Его нет больше в действительности, и значение Нестерова как исключительного и, вместе с тем, последнего, быть может, выразителя духа града обреченного, предстало передо мной преисполненное почти болезненного интереса» [5, с. 8].

М. В. Нестеров писал святых на фоне природы, создавая фрески Владимирского собора в Киеве. Совместно с ним над оформлением храма трудился В.М. Васнецов. Кроме Владимирского собора, Нестеров расписывал церковь Александра Невского в Абастумане в Грузии, работал в Марфо-Мариинской обители. В одном из писем Нестеров писал о Покровском храме Марфо-Мариинской обители: «Церковь, как архитектурное произведение, удалась на славу. Это одно из удачнейших сооружений церковного зодчества в Москве за долгие годы. И потому тем более хотелось бы, чтобы роспись этой церкви вышла удачной» [4, с. 19]. Последний раз Нестеров расписывал собор в Сумах. Именно этой работой творец остался доволен, в отличие от предшествующих работ. В религиозной живописи Нестерова сплетались византийская традиция и модерн. Прежде чем приступить к росписи Владимирского собора он тщательно изучал основы византийского искусства. В манере творца к плоскостной интерпретации композиции, нарядности, узорности, изящной утонченности пластических ритмов явно выразилось воздействие модерна.

После революции 1917 года Михаил Васильевич Нестеров остался на родине. В своем письме к А.В. Жиркевичу он писал: «Пережитое за время войны, революции и последние недели так сложно, громадно болезненно, что ни словом, ни пером я не в силах всего передать. Вся жизнь, думы, чувства, надежды, мечты как бы зачеркнуты, попораны, осквернены. Не стало великой, дорогой нам, родной и понятной России» [4, с. 21]. Он вынужден был отказаться от религиозно-православной тематики и, в основном, писал портреты современников. По его собственным словам, работа была единственным средством способным отвлечь от тяжелых мыслей. «Личная моя жизнь проходит, – писал Нестеров в 1918 году, – как и раньше в работе. Работа, одна работа имеет еще силу отвлекать меня от совершившегося исторического преступления! От гибели России... Работа дает веру, что через Крестный путь и свою Голгофу – Родина наша должна придти к великому воскресению» [4, с. 22]. Тяжелым ударом для художника, которому было уже за семьдесят, стал арест в 1938 году дочери, Ольги Михайловны и зятя. Несте-

ров также был арестован, однако через две недели был отпущен. Скончался Михаил Васильевич в 1942 году.

В. М. Васнецов больше известен картинами, посвященными сюжетам русских сказок и былин. Однако, это еще и крупнейший религиозный живописец. Васнецов в своем творчестве прекрасно сочетал консерватизм с новаторскими тенденциями. Как было сказано выше, Васнецов участвовал в создании фресок Владимирского собора в Киеве. В образах святых подвижников Древней Руси он выразил национальный идеал. А. Н. Бенуа писал, что во Владимирском соборе из-под кисти Васнецова вышло что-то законченное, эффектное, совершенно не напоминающее обыденное богомазанье академических профессоров. Помимо Владимирского собора, Васнецов создавал росписи храма Воскресения в Санкт-Петербурге, храма Рождества Иоанна Предтечи на Пресне, принимал участие в оформлении храма Александра Невского в Софии.

Творчество М. А. Врубеля вызывало определенные споры у современников. А. Н. Бенуа писал, что Врубеля одни считали шарлатаном, а другие гением. Его религиозная живопись малоизвестна, хотя это один из наиболее самобытных и талантливых художников эпохи. Подобно Нестерову и Васнецову, он неоднократно принимал участие в росписи церквей. В 1884 г. Врубель в Киеве руководил реставрацией фресок Кирилловской церкви и лично создал несколько величественных композиций. Для Кирилловской церкви в Киеве он создал композиции «Надгробный плач» и «Сошествие Святого Духа». А. Н. Бенуа утверждал, что «кирилловская роспись – изумительная страница в истории русской живописи. Ведь со времен Иванова ничего подобного русские художники не делали» [1, с. 387]. Образ Богоматери, созданный Врубелем, для Кирилловской церкви является одним из самых проникновенных в мировом искусстве. Врубель в своих работах отходил от официального церковного канона гораздо больше, нежели Васнецов и Нестеров. При этом его работы очень эмоциональны и выразительны. Художник писал акварельные эскизы росписей Владимирского собора. Однако наброски не перенесли на стены храма, потому что заказчик испугался их неканоничностью и экспрессивностью. Врубель тянется к литературным сюжетам, но воспринимает их не буквально, а стремится создать вечные образы, наполненные мощной духовной силой.

Выводы

Таким образом, как уже было сказано, религиозная живопись В. М. Васнецова, М. В. Нестерова, М. А. Врубеля длительное время оставалась малоизвестной. К сожалению, далеко не все их работы сохранились, в первую очередь это относится к церковным фрескам. В целом, религиозная живопись конца XIX – начала XX вв. в России развивалась в стилистике модерна, колыбелью которого был Киев. Именно там работали В. М. Васнецов и М. А. Врубель. Сюжеты и композиции Васнецова, кстати, его таланту поклонялся император Александр III, мгновенно распространялись в виде фотографий по всей России, и им зачастую подражали в росписи в других храмах.

Перечень использованных источников

1. Бенуа А. Н. Русское искусство XVIII-XX веков / А. Н. Бенуа. – Москва ; Яуза : ЭКСМО, 2004. – 544 с.
2. Гулыга А. В. Русская идея и ее творцы / А. В. Гулыга. – Москва : ЭКСМО, 2003. – 448 с.
3. Исаева В. М. Русская религиозная философия и религиозное искусство конца XIX – начала XX века [Электронный ресурс] / В. М. Исаева // Православный поклонник на Святой земле. – Режим доступа: <http://palomnic.org/art/isaeva>. – По состоянию на 23.02.2016. – Загл. с экрана.
4. Нестеров М. В. «Продолжаю верить в торжество русских идеалов». Письма к А. В. Жиркевичу / М. В. Нестеров // Наше наследие. – 1990. – № 3(15). – С. 17-24.
5. Солоухин В. Тревога совести / В. Солоухин // Наше наследие. – 1990. – № 3(15). – С. 7-15.
6. Франк С. Л. Культура и религия / С. Л. Франк // Философские науки. – 1991. – № 7. – С. 81-90.
7. Франк С. Л. Сочинения / С. Л. Франк. – Москва : Правда, 1990. – 608 с.
8. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс ; пер. с нем. ; [вступ. ст. П. П. Гайденко ; коммент. В. Н. Катасонова]. – 2-е изд. – Москва : Республика, 1994. – 527 с.

© Н. В. Мику, Л. А. Королева

The Russian religious painting of the end of XIX – the beginning of the XX centuries

Micky Natalya

Penza State University of Architecture and Construction, Associate Professor of Department of History and Philosophy, PhD (History), Associate Professor, Russia

Koroleva Larisa

Penza State University of Architecture and Construction, Head of Department of History and Philosophy, Doctor of Science (History), Professor, Russia

Abstract. Development of religious art, namely – religious painting, its specifics, in Russia of the end XIX – the beginning of the XX centuries, caused by system changes in the Russian society, on the example of painters – V. M. Vasnetsov, M. V. Nesterov, M. A. Vrubel is analyzed in article.

Keywords: Russia, religious painting, the end of XIX – the beginning of the XX centuries.

© N. Micky, L. Koroleva

Побудова іміджу провідних ведучих українських теленовин 1991-2001 років

Лісова Сніжана Володимирівна

Національний університет «Острозька академія», здобувач освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Журналістика», Україна

Анотація. У статті проаналізовано особливості побудови іміджу провідних ведучих таких телеканалів, як «1+1», «ІНТЕР», «СТБ» упродовж 1991-2001 років. Описані основні іміджеві характеристики Людмили Добровольської, Світлани Леонтєвої та Ірини Ванникової.

Ключові слова: імідж, Людмила Добровольська, Світлана Леонтєва, Ірина Ванникова, телеведуча, гардероб, зовнішність, голос.

Вступ

У період проголошення незалежності України відбувся ряд політичних, економічних та культурних подій, які мали безпосередній вплив на розвиток телебачення. Зокрема, на початку 1997-го року на українському телебаченні активно почали з'являтися нові канали, що викликало рейтингову боротьбу та конкуренцію за глядача. Поступово вперед вийшов «Інтер», за ним з невеликим відставанням «Студія 1+1». Також відбулося відчутне зростання та поширення майже на всю Україну телекомпанії «СТБ».

Отже, для розкриття нашої теми, ми поставили перед собою завдання проаналізувати іміджі провідних українських телеведучих, які глядач майже щоденно бачив на екрані з 1991 по 2001 роки. А також з'ясувати, наскільки досконалим був імідж перших українських телевізійних ведучих.

Основні аспекти образу ведучої, які творять її імідж та забезпечують максимальну ефективність телевізійної комунікації, досліджені у працях В. Шепеля, М. Андрющенка, М. Іванченка та Т. Шальмана. Загальні засади побудови позитивного іміджу особистості були вивчені Г. Г. Почепцовим.

Результати дослідження

У сучасному журналістикознавстві існує багато дефініцій поняття «імідж». Імідж – це уявлення про людину, яке формується у масовій свідомості за допомогою ЗМІ. В. М. Шепель подає таку дефініцію: «Імідж – індивідуальний образ чи ореол, що створюється ЗМІ, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привернення до себе уваги» [7, с. 59].

Професор Г. Г. Почепцов у посібнику «Іміджологія» трактує поняття іміджу як «цілеспрямовано сформований образ». На його думку, «імідж – це лише частина процесу, іноді дуже важлива, але все одно лише частина, за якою мають стояти реалії, а не лише той чи той символ» [6, с. 89].

Натомість Ю. Єлісовенко вважає, що імідж – це сукупність соціальних оцінок і вражень, викликаних учинками і висловами, характером і діями, якостями і вадами, а також способами життя і діяльності, їх результатами та іншими, у тому числі іманентними, характеристиками окремих людей, колективів, соціальних груп, націй, народів...» [5].

А вчений П. Гуревич наголошує на «ефекті особистості», екранній привабливості телевізійного співрозмовника, адже телеперсонаж має бути «особистістю, здатною звести поодинокі блимання кадрів, уривків фраз у щось єдине, цілеспрямоване, осмислене» [3, 133].

Побудова іміджу телеведучих відіграє важливу роль, адже ведучі прямо чи опосередковано впливають на реципієнтів. Саме тому над іміджем «облич каналів» працює ряд фахівців, зокрема іміджмейкерів.

Не залежно від часу телеведучі повинні володіти певними рисами, які створюють цілісний ідеальний імідж. Зокрема, американський дослідник Б. Льюїс подає такі чинники, які, на його думку, необхідні сучасній телеведучій: «Окрім фізичних даних – хорошої зовнішності, приємного голосу і правильної вимови – ведучій потрібні: ґрунтовна освіта; знання життя і людей; розум та винахідливість; почуття гумору; терпіння; уява; ентузіазм; скромність та здатність працювати в колективі» [1].

Нами були переглянуті випуски новин тих років («ТСН», «Вікна» та «Подобиці») з метою виявлення іміджу ведучих українських телевізійних новин в період з 1991 по 2001 рік. Можна навіть твердити, що саме ті «перші» випуски новин не лише перетворили звичайних ведучих телевізійних служб новин у справжніх телезірок, а й сформували початок українських незалежних інформаційних програм. Отже, ми дослідили імідж трьох ведучих: Людмили Добровольської («1+1»), Світлани Леонтьєвої («Інтер») та Ірини Ванникової («СТБ»).

З середини 90-х років минулого століття канал «1+1» є по суті першим вітчизняним телеканалом, що не лише подає глядачам продукт різного ступеня якості, а й має своє обличчя, тобто імідж. Саме тому імідж ведучих було створено відповідно до певних концепцій каналу. Попри те, що імідж телеведучих все ж залежав від іміджу каналу, визначальним чинником у формуванні іміджу є особистісний фактор, тобто творча особистість ведучого.

У перші роки існування телеканалу «1+1» обличчям не лише «ТСН», а каналу загалом стала Людмила Добровольська, яка у 1998 році вела денні випуски «ТСН». Проте, уже через рік Людмила Добровольська працює ведучою основного випуску новин. Варто зазначити, що у цей час творення історії телеканалу «1+1» журналістів було не так багато, тому Людмила Добровольська самостійно писала сценарії зйомок, була кореспондентом та ведучою «ТСН». Саме тому, ми спробуємо розглянути іміджеві особливості телеведучих, які щоденно інформували думку глядача про найважливіші події світу та України.

Імідж «жінка-новина» Людмила Добровольська створила собі сама. Телеведуча зазначає: « головною родзинкою завжди було те, що ми є такими,

якими є. Жоден із нас не є штучним продуктом утілення якогось образу, для нас не створювали імідж, для нас створювали стиль. Тому образ мій не зміниться, я й далі залишатимуся собою і робитиму те, що хочу, люблю та умію найкраще» [4].

Імідж Людмили Добровольської не створений через статус ведучої, і навіть не через формат новин. Над нею ніколи не тяжіли ні авторитети, ні формати новинних програм. Навряд чи образ «залізної» леді навмисне культивується в інформаційних програмах. Думаю, що це виправдано. Образ жінки в діловому костюмі прийнятий всюди в світі в новинних програмах. Ведучий новин – це в першу чергу компетентна людина, що розбирається в тому питанні, про яке вона говорить [2].

Імідж Людмили Добровольської майже від початку існування «ТСН» був символом не лише інформаційної програми, а телеканалу загалом. Перед глядачами постав образ рішучої, строгої, але водночас жіночної телеведучої. Не зважаючи на те, що «1+1» був на первинному етапі розвитку, Людмила Добровольська відмінно трималася в кадрі, а її стиль подачі матеріалу став цікавий і близький глядачеві.

Людмила Добровольська – жінка середнього віку, інтелігентна, спокійна, врівноважена. У той період вона стала іконою ділового стилю телеведучих. Її строгі, але дуже ефектні костюми відразу стали еталоном офіційної моди. Часто одяг ведучої залежав від теми новин – якщо день був спокійним і занадто поганих новин не було, то Людмила Добровольська віддавала перевагу світлим, а іноді і яскравим відтінкам у одязі. Якщо ж передбачалася подача не надто приємних новинах – одяг підбирався максимально строгий з темними відтінками. Так, у гардеробі телеведучої переважали піджаки білого або червоного кольорів, білі блузи, чорні або ж чорні у смужку. Невід'ємною частиною іміджу Добровольської довгий час була краватка темних кольорів (зазвичай чорного). Для створення повноцінного образу використовувала невеликі аксесуари, як сережки «перлинні пусети» або тоненькі срібні ланцюжки типу «ролло». Ці прикраси підкреслюють стиль ведучої, але не привертають зайвої уваги.

Зовнішність Людмили Добровольської приваблива, а тому легко запам'ятовується. Її обличчя кругле з загостреним, але м'яким підборіддям. Губи чітко і гарно окреслені, яскраві, ледь припухлі. Очі карі, близько посаджені. Ніс розширений донизу, але він не псує лагідних рис обличчя. Свою природну красу телеведуча підкреслює мінімальною кількістю косметики. Зокрема, використовує туш для вій чорного кольору, а також губні помади ніжно-рожевого кольору.

Мовлення Людмили Добровольської характеризується чіткістю, ритмічністю, своєрідним темпом та стриманою, але виразною експресивністю. У мовленні для ведучої характерний швидкий темп. А у поданні новин чітко відстежуються наголоси на основні факти.

Іноді Людмила Добровольська у своєму мовленні припускається деяких помилок. Зокрема, найпоширенішими є фонетичні помилки. Наприклад,

вимовляє «риклама» замість «реклама», «обграф», «підтримаф» замість «обрав», «підтримав». Часто також звуки «дь» і «ть» вимовляє із призвучком «ц» – на манеру російської вимови. Також для ведучої характерне «фекання» – вимова приголосної «в» як «ф», замість нескладового «у». Для прикладу, «нефтомний» замість «неутомний», «президент доручиф», «Симоненко запропонуваф». Ще часто телеведуча використовує «цікання», тобто змінює у вимові проривний приголосний «т» на м'який свистячий «ц»: «не цільки» замість «не тільки», «бацьки» замість «батьки».

Отже, Людина Добровольська вже давно не просто ідеальний образ ведучої, а й еталон жіночої краси та стилю. Найвищий професіоналізм Добровольської – це її телевізійний талант, ерудиція, вміння зберегти «обличчя» за будь-яких обставин, переконання глядачів у тому, що вони отримують найдостовірнішу, найоб'єктивнішу й найоперативнішу інформацію. Разом із тим вона не боїться проявляти свої емоції та почуття в ефірі.

Далі ми спробуємо проаналізувати наступну телеведучу та охарактеризувати компоненти її іміджу, а саме її позиціонування у кадрі, подача інформації та налагодження контакту з глядачем, зовнішність, міміка тощо.

Світлана Леонтєва – українська телеведуча новин, яка тривалий час працювала на каналі «Інтер». На українському телебаченні вперше стала ведучою у 1993 року. З 1995 Леонтєва отримала досвід бути ведучою в прямому ефірі. Вона також була одна з небагатьох ведучих, які працювали ще й кореспондентами, а точніше журналістами, які робили репортажі з понад 20-ти країн світу, серед них і «гарячі точки» – Боснія, Ліван, Македонія, Ізраїль. Із жовтня 1997 року Світлана Леонтєва почала працювати на каналі «Інтер».

Спостерігаючи за її діяльністю, ми бачимо освічену, амбітну, сильну людину, яка має власний погляд на життя. Ведучій притаманні самостійність, об'єктивність, масштабність мислення, вміння політичного маневру. Світлана здатна на компроміс, але якщо це необхідно для досягнення позитивного результату. Водночас, в її діях простежується і жорстка манера поведінки у кадрі.

Світлана Леонтєва – жінка середнього віку, харизматична, імпульсивна та емоційна. Телеведуча впевнено та невимушено тримається у кадрі. Рухи голови нерізкі і їх небагато. Якщо говорити про руки, то обидві руки ведучої тримають ручку, в інших випадках зазвичай вони нерухомі.

В одязі Світлани Леонтєвої переважають піджаки з блузками та з жилетами. Зазвичай піджаки темного кольору, блузи світлих відтінків, а жилети яскравих кольорів. Дуже часто телеведуча з'являлась у кадрі в бежевих блузах та темних піджаках або ж навпаки одягає темну блузку та світлий піджак. Іноді цей комплект урізноманітнює яскравими жовтими, коричневими чи темно-червоними жилетами. Для повноцінного образу використовуються аксесуари, зокрема невеликі сережки із застібкою «англійський замок». Світлана Леонтєва мала незмінну протягом декількох років зачіску – каре.

Зовнішність Світлани Леонтєвої приваблива та така, що легко запам'ятовується. Вона має круглу форму обличчя, довгі вії, ніс розширений

донизу, ясні карі очі. Ця телеведуча яскраво підкреслює свою зовнішність з допомогою косметики. Зокрема, фарбує її чорною тушшю та губи помадою кольору «бронза». Також підкреслює контур очей за допомогою чорного олівця. Привабливий образ базується не лише на зовнішності, а й на ледь вловимій посмішці телеведучої, яка формує думку про те, що ведуча в будь-який момент готова до імпровізації.

Для більш глибокого розуміння іміджу Світлани Леонтьєвої упродовж 1997-2001 років ми встановили з нею особистий контакт за допомогою соціальної мережі «Facebook». Під час спілкування нами було поставлено ряд запитань, які торкалися її іміджу у кадрі і поза ним. Зі спілкування ми зрозуміли, що переважна більшість її ініціатив, пропозицій та поправок на каналі не були реалізовані, а отримали гриф «очікує розгляду», «на розгляді в комітетах», «опрацьовуються», або «відхилено».

У цілому можна стверджувати, що Леонтьєва – представник тієї діяльності журналістів, яка характеризується яскраво вираженою гуманістичною спрямованістю та новаторським підходом, заснованим на демократичних засадах. Все це дозволяє сподіватись, що всі її напрацювання так чи інакше будуть нами використані в ході нашої подальшої роботи.

Отже, Світлана Леонтьєва високо інтелігентна, виважена, іноді дуже стримана в подачі інформації (що пояснюється більш серйозною політикою каналу та, відповідно, контенту), але усміхнена та харизматична телеведуча.

Ще однією ведучою, яка стала популярною завдяки своїй роботі на телеканалі, а також зробила вагомий внесок у розвиток теленовин є Ірина Ванникова. Ще від початку заснування телеканалу «СТБ» (1997 року) вона працювала не лише кореспондентом, прес-аташе, а й телеведучою перших випусків програми «Вікна». Саме тому стала обличчям телеканалу «СТБ» на тривалій проміжок часу.

Варто зазначити, що новини на каналі «СТБ» представлені програмою «Вікна-Новини». Від початку виходу в ефір ця програма стала візитною картою «СТБ» і символом українських новин нової якості, створених за зразками аналогічних програм провідних світових телекомпаній. У травні 2000 року програму «Вікна» зареєстрували як торгову марку, що належить телеканалі СТБ.

Отже, імідж Ірини Ванникової строгий, але з використанням яскравих елементів, які допомагають кращому сприйняттю інформації. Телеведуча впевнено та рішучо тримається в кадрі, відмінно працює на камеру.

Ірина Ванникова – жінка молода, спокійна, врівноважена. Щодо одягу, то телеведуча віддає перевагу жакетам та блузам. Вбрання стримане, але не строгого офіційно-ділового стилю, що в свою чергу створює ефект товариського спілкування з аудиторією. В одязі переважають чорні, білі та деякі яскраві кольори, такі як червоний, блакитний та жовтий. Для повноцінного образу телеведуча використовує аксесуари, зокрема кліпси та намисто світлих кольорів. Ці прикраси не відволікають увагу глядача, а навпаки підкреслюють стиль ведучої.

Зовнішність Ірини Ванникової приваблива і така, що легко запам'ятовується глядачеві. Її обличчя кругле з загостреним підборіддям. Губи чітко і гарно окреслені, яскраві, ледь припухлі. Очі зелені та близько посаджені, а ніс розширений донизу. Варто зазначити, що телеведуча часто зловживає зайвим нанесенням косметики. Зокрема, це стосується яскравих рожевих губ та надто грубо підведених очей.

Голос у телеведучої приємний, середньої висоти. Іноді помітне «надуживання» твердих шиплячих, коли ведуча, намагаючись дотримуватись вимовних норм перегинає палицю: «дивитися в очі» замість «дивитися в очі», «є речі» замість «є речі» тощо.

Отже, образ Ірини Ванникової є прикладом рішучого, сумлінного та впевненого в собі образу перших українських телеведучих

Висновки

Таким чином, відповідність іміджу жанрові й тематиці програми не лише важлива, а й необхідна. Оскільки порушення цієї вимоги призводить до непрофесійності передачі, дисгармонії між образом, поведінкою ведучого і тематикою програми, а найголовніше – до несприйняття з боку глядачів. Ведучі, які працювали на телебаченні на початку незалежності України намагалися зі своєї сторони внести максимальний внесок у розвиток українського телебачення.

Людмила Добровольська була іконою ділового стилю телеведучих. Її строгі, але дуже ефектні костюми відразу стали еталоном офіційної моди. Телеведуча ерудована, вміє переконати глядача та не боїться проявляти свої емоції та почуття в ефірі. Хоча мовлення телеведучої чітке та ритмічне, проте вона допускається деяких помилок, зокрема, фонетичних.

Світлана Леонтєва – жінка середнього віку, харизматична, імпульсивна та емоційна, невимушено тримається у кадрі. Іноді дуже стримана в подачі інформації, проте усміхнена та харизматична телеведуча.

Імідж Ірини Ванникової строгий, але з використанням яскравих елементів, які допомагають кращому сприйняттю інформації. Проте, ведуча часто зловживає яскравим макіяжем, який може відволікати увагу глядача від важливої інформації.

Можливо, новини того періоду й були не надто якісним продуктом, проте завдяки іміджу цих ведучих глядачі отримували необхідну інформацію у максимально доступній на той час формі.

Перелік використаних джерел

1. Андрющенко М. Ю. Роль ведучого у творенні ефективної телекомунікації / М. Ю. Андрющенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2011. – Т. 43. – Квітень-червень. – С. 113-118.

2. Ворошилова Д. Людмила Добровольская – женщина, для которой не существует авторитетов [Электронный ресурс] / Д. Ворошилова // День.kiev.ua : газета. – Режим доступа: <http://goo.gl/3LLhgT>. – По состоянию на 04.12.1998. – Загл. с экрана.

3. Гуревич П. С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П. С. Гуревич. – Москва : Искусство, 1991. – 221 с.

4. Данькова Н. Людмила Добровольська: «Я скучила за своїми глядачами, а вони за мною» [Електронний ресурс] / Н. Данькова // ТелеКритика : Інтернет-портал. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2009-06-10/46120>. – Станом на 10.06.2009. – Назва з екрана.

5. Маргалик В. Штучний імідж українських телевізійників [Електронний ресурс] / В. Маргалик // ХайВей : портал громадянської журналістики. – Режим доступу: <http://h.ua/story/3311>. – Станом на 31.10.2005. – Назва з екрана.

6. Почепцов Г. В. Имиджелогия / Г. В. Почепцов. – Киев : Ваклер, 2001. – 698 с.

7. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравится людям. – Москва : Народное образование, 2002. – 575 с.

© С. В. Лісова

Construction of the image of the leading Ukrainian TV newsreaders of 1991-2001

Lisova Snizhana

*The National University of Ostroh Academy, Bachelor's Degree student specialty "Journalism",
Ukraine*

Abstract. The article analyzes the features of the image of the leading TV-presenters of such channels as "1+1", "Inter", "STB" during 1991-2001. It describes Lyudmila Dobrovolska's, Svetlana Leontieva's and Irina Vannikova's basic image characteristics.

Keywords: image, Lyudmila Dobrovolska, Svetlana Leontieva, Irina Vannikova, TV-presenter, wardrobe, appearance, voice.

© S. Lisova

