

**СІВЕРСЬКИЙ ЦЕНТР ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
СІВЕРСЬКИЙ ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОРСЛІДЖЕНЬ
КИЇВСЬКЕ ПРЕДСТАВНИЦТВО ІНСТИТУТУ КЕННАНА**

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОГО СЕМІНАРУ

УДК 338.26(477)''19''(042.5)
ББК У049 (4УКР)я43
С 83

*Рекомендовано до друку навчально-методичною радою
Сіверського центру післядипломної освіти
(протокол № 3 від 1 липня 2013 року)*

С-83 Стратегічне планування як інструмент місцевого розвитку: матеріали міжнародного семінару. — Чернігів: Сіверський центр післядипломної освіти, 2013. — 100 с.

ISBN 978-617-7062-05-8

До збірки включено тези та доповіді учасників міжнародного семінару «Майбутнє Чернігова: чи можливе залучення інвестицій та приваблення підприємств, населення і туристів до Чернігова та Чернігівського регіону?». Головна увага приділялася запровадженню методу проектного управління, формуванню іміджу міста, залученню інвестицій, розвитку сфери туризму. Книга призначена для державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування, викладачів, аспірантів, студентів та всіх, хто цікавиться питаннями забезпечення сталого розвитку територіальних громад.

Редакційна колегія:

В.М. Бойко, директор Чернігівського центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій, кандидат історичних наук.

Л.А. Чабак, учений секретар Чернігівського центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій, кандидат філософських наук.

Статті подаються в авторській редакції з незначними коректорськими правками.

УДК 338.26(477)''19''(042.5)
ББК У049 (4УКР)я43

ISBN 978-617-7062-05-8

© Сіверський центр післядипломної освіти, 2013

ЗМІСТ

	С.
Передмова.....	4
<i>Дьомін Д.Є.</i> Деякі інструменти підвищення конкурентно-спроможності українських міст.....	7
<i>Дорош М.С., Ребенок А.В., Ітченко Д.М.</i> Проектне управління реалізацією стратегії розвитку Чернігівського регіону.....	13
<i>Задорожна С.М.</i> Дилема розвитку міста Чернігова у третьому тисячолітті.....	23
<i>Карпенко Ю.М., Карпенко Н.Л.</i> Формування та реалізація стратегії позитивного іміджу міста.....	40
<i>Коваль П.Ф. Андрєєва Г.П.</i> Перспективи розвитку сфери туризму та рекреації в історичних містах.....	50
<i>Лаєвський С.</i> Чернігівські музеї, або Чернігів – місто-музей.....	56
<i>Марченко Н.А.</i> Сучасні тенденції розвитку інвестування основних фондів підприємств промисловості Чернігівської області.....	58
<i>Мужикова Н.М.</i> Окремі аспекти правотворчості, що впливають на суспільний розвиток Чернігівщини, крізь призму діяльності управлінських структур.....	61
<i>Пилинський Я.М.</i> Професійне становлення особистості в контексті духовно-моральних цінностей.....	75
<i>Савчук І.Г.</i> Значення пам'ятників в історичній частині міста у створенні його образу у ментальній картині населення країни ((на прикладі міст Одеса (Україна) і Санкт-Петербург (Російська федерація)).....	80
<i>Стоянова М.М.</i> Візуальні стратегії репрезентації будівництва (на прикладі пострадянського Києва).....	93
Список авторів.....	99

ПЕРЕДМОВА

Видання «Стратегічне планування як інструмент місцевого розвитку» є збірником тез та доповідей учасників міжнародного семінару «Майбутнє Чернігова: чи можливе залучення інвестицій та приваблення підприємств, населення і туристів до Чернігова та Чернігівського регіону?», який проходив в місті Чернігові.

Учасники семінару – працівники органів державної влади та місцевого самоврядування, громадських організацій, науковці і освітяни – обговорювали сучасний стан міста, його історію та перспективи розвитку, аналізували активи і пасиви міста і регіону, можливості створення і шляхи просування його позитивного іміджу, пропонували, як залучати нові інвестиції, приваблювати нових мешканців та розвивати малий та середній бізнес у місті та регіоні, зокрема, в галузі туризму та туристичного обслуговування.

Вже понад тринадцять століть Чернігів виконує важливі державотворчі функції. Перші письмові згадки про нього відомі з IX ст., коли він постає як важливий політичний, економічний і культурний центр сіверської землі. На початку XI ст. місто стало столицею величезного і могутнього князівства, землі якого сягали Оки і Дону на півночі та сході та Азовського моря на півдні. У період свого найбільшого розквіту Чернігів був одним з найбільших міст у Європі. У місті розвивалося мистецтво і різноманітні ремесла, літописання, згодом виник власний – чернігівський архітектурний стиль. У цей час були споруджені прекрасні будівлі храмів, деякі з яких збереглися і до наших днів. Так тривало до 1239 року, коли Чернігів захопив золотоординський хан Менгу. Оскільки населення міста чинило відчайдушний опір завойовникам, його було розграбовано і спустошено. Протягом наступних століть місто було важливим центром різних державних утворень – Великого князівства литовського і руського, Королівства польського, Царства московського. За часів Гетьманщини Чернігів був центром козацького полку, а за Російської імперії – центром Малоросійської, а потім Чернігівської губернії, згодом став обласним центром Радянської, а нині незалежної України.

Проте, ані козацьке відродження, ані розвиток промисловості кінця XIX – початку XX ст., ані радянська індустріалізація не повернули Чернігову втраченої потуги та колишніх багатства і слави.

Нині населення міста становить близько 300 тисяч чоловік, третина з яких працюють у промисловості. Основними галузями промисловості у Чернігові є легка, хімічна і харчова, активно розвивається індустрія збирання автомобілів та мікроавтобусів. Після руйнування радянської планової системи більшості великих підприємств міста не вдається вийти з глибокої кризи, водночас стабільно розвиваються невеликі приватні підприємства, що спеціалізуються на переробці сільськогосподарської продукції. Значна частина городян заробляє на життя дрібною торгівлею. Загалом, основні показники економічного і соціального розвитку міста збігаються із середніми по Україні. Учасники семінару зазначали, що на економічну ситуацію в Чернігові істотно впливає близькість до столиці. З одного боку, Київ відбирає активне працездатне населення з Чернігова, що призводить до гальмування розвитку бізнесу в регіоні, а також відчутних бюджетних втрат. З іншого боку, можливість для чернігівців знайти краще оплачувану роботу у столиці зменшує соціальну напругу і збільшує споживчий ринок міста.

Одним із пріоритетних напрямів розвитку міста є і має залишатися розвиток туризму, адже Чернігів багатий визначними пам'ятками. У місті збереглася чверть всіх архітектурних пам'ятників України домонгольського періоду. І сьогодні, як і в минулому, його храми і монастирі приваблюють паломників з усієї України. У музеях міста зберігаються багаті колекції українських старожитностей і народного живопису. У місті і регіоні на тлі багатих природних рекреаційних ресурсів поступово розвиваються активний і зелений туризм. Проте подальший розвиток туристичного ринку в Чернігові нагально потребує поліпшення інфраструктури та розвитку сучасної індустрії «приймання і пригощання».

У 2007 року Чернігівська міська рада затвердила Стратегію розвитку міста на 2007 – 2015 роки. Відповідно до цього документу пріоритетними напрямами визначено ефективну роботу всіх галузей економіки; забезпечення населення якісними транспортними та житлово-комунальними послугами; задоволення потреб населення у послугах соціальної сфери та забезпечення правопорядку; поліпшення стану навколишнього середовища та запобігання його забрудненню в процесі соціально-економічного розвитку міста; розвиток територіальної громади та системи управління містом.

На думку учасників, ця програма сприятиме створенню комфортних умов для жителів міста шляхом успішного розвитку підприємництва, туризму, ефективної системи екобезпеки і збереження історичної спадщини, що дозволить Чернігову стати екологічно чистим містом, визначним туристичним центром не лише України, а й всієї Східної Європи з активно працюючою економікою та високим рівнем життя.

*Ярослав Пилинський,
директор Київського офісу Інституту Кеннана,
кандидат філологічних наук*

ДЕЯКІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ

Уже ні для кого, хто займається питаннями розвитку міських громад в Україні, не є секретом наявність конкуренції між окремими містами. Дійсно, на початку двадцять першого століття ринкові закони добре застосовні до діяльності муніципальних органів. Якщо бізнесові компанії конкурують за ринки збуту, за залучення нових та утримання існуючих споживачів, за прибуток та можливість «залишитися на плаву», мотиви конкуренції громад дещо інші і визначаються відповідною метою діяльності. Мета діяльності бізнесу – отримання прибутку. Щодо діяльності органів місцевого самоврядування ситуація дещо складніша: тут можна говорити і про декларовану мету – забезпечити гідний рівень життя та розвиток відповідної території, і про не декларовану, але існуючу – зберегти свій вплив і залишитися при владі.

Природно, що для вирішення питань місцевого значення потрібні ресурси, більшість із яких складає економічну базу розвитку громади. Відтак, кожна громада конкурує з іншою за цілий ряд ресурсів: субвенції з бюджетів вищих рівнів (у багатьох випадках саме від активної позиції органу місцевого самоврядування залежить виділення чи не виділення відповідних коштів), людські ресурси («людина шукає, де краще» – тому працездатна здібна молодь полишає безперспективні міста в пошуках кращої долі в столиці або деінде), туристи (навіть міста з величезною історико-культурною спадщиною не завжди можуть забезпечити стабільний потік туристів, у той час, як їхнім конкурентам з меншою кількістю принад, але більш ефективним менеджментом і вдалим підходом до розвитку інфраструктури це успішно вдається) тощо.

Чи не найголовнішим об'єктом конкуренції громад є зовнішні інвестиції. Дійсно, якщо надлишок коштів ззовні (із-за кордону або з інших українських територій) вкладається в економіку певної громади, це призводить до створення нових робочих місць, більш ефективного наповнення бюджету, покращення показників місцевої економіки та загалом свідчить про позитивний бізнес-клімат і належну роботу місцевих органів влади. У зв'язку з цим у сьогоденному світі спостерігається справжня конкуренція за інвестиції (особливо серед країн, що розвиваються, та країн із

перехідною економікою). Відповідно, важливу роль у цьому грає інвестиційна конкурентоспроможність країни або громади, яка складається з об'єктивних (природно-географічних, демографічних тощо) та суб'єктивних (державна політика, місцевий менталітет тощо) чинників.

Важливими інструментами підвищення інвестиційної конкурентоспроможності, які вже зараз доступні для органів місцевого самоврядування, є стратегічне планування та територіальний маркетинг. Розглянемо їх, почавши зі стратегічного планування.

Стратегічне планування розвитку міста – це діяльність представників всіх основних верств громади задля визначення стратегічних та оперативних цілей розвитку та логічної послідовності дій щодо їх досягнення. Воно може слугувати основою для затвердження річного бюджету міста та щорічного плану соціально-економічного розвитку.

Ідеологія стратегічного планування полягає у взаємодії наукового обґрунтування та широкого наукового обговорення шляхів розвитку міста, що дозволяє поєднати довгострокову перспективу розвитку, поточне управління та вирішення нагальних завдань. Стратегічне планування розвитку міста сприяє вирішенню значної кількості проблем: забезпеченню необхідного рівня соціально-економічної стабільності, сприянню розвитку тих форм економічної діяльності і зайнятості, які узгоджуються з існуючими ресурсними можливостями громади, створенню якісно нових робочих місць, покращенню життєвих стандартів [1].

Про стратегічне планування місцевого розвитку говорять здебільшого саме на рівні міст. Адже, на думку американського вченого-урбаніста Я. Якобса, «міста, а не нації, є справжніми двигунами економічного зростання» [2]. Окрім того, міста є осередками концентрації економічних і соціальних проблем: так, за даними Світового банку, до 2025 року близько половини бідняків у світі житимуть у містах [3]. Саме тому питання економічного розвитку міст є особливо актуальним для країн, що розвиваються та країн із перехідною економікою.

Громада будь-якого міста України має право обирати власну долю. Останнім часом процес стратегічного планування як ефективний інструмент такого самовизначення застосовується все частіше. При цьому в Україні стратегічне планування відбувається за

різними методиками, що мають походження, зокрема, з США та Польщі. Існує вже певний український досвід, що поєднує в собі найкращі риси різноманітних іноземних методик.

Механізм стратегічного планування, що поширюється в регіонах та містах України, дозволяє реалізувати принципово новий підхід до планування та управління економічного розвитку. Основні принципові особливості його відображення та реалізація інтересів територіальної громади, всебічний та системний підхід до вирішення проблем розвитку, варіантність та етапність. Кваліфіковано розроблений стратегічний план розвитку міста може бути розрахований на 10 – 30 років. Він не є чітко детермінованим і може змінюватись зусиллями постійно діючої робочої групи залежно від зміни обставин, факторів розвитку тощо. Разом з тим, така точка зору не є загально визнаною. В період суспільно-економічної трансформації активність та направленість реалізації стратегічних планів міст, регіонів часто обмежується термінами владних повноважень керівництва відповідних суб'єктів регіональної економіки. В такому випадку є сенс формувати стратегічний план на між виборчий період. В контексті його реалізації важливо те, що економічний поступ території здійснюватиметься не всупереч, а із врахуванням позиції конкретної територіальної громади і задля її користі [1].

Слід наголосити, що стратегічне планування на рівні громад може бути успішним лише за наявності відповідної державної стратегії, і навпаки. Адже при виборі місця розміщення інвестицій ТНК ураховують не лише переваги конкретного регіону, але й політико-економічну ситуацію у країні в цілому, досконалість та стан реалізації відповідного законодавства та інші чинники, які докладно розглядалися в попередніх розділах. На сьогоднішній день органи місцевого самоврядування України не мають достатнього впливу на такі важливі складові інвестиційного клімату, як земельні відносини, податкова політика, регуляторні процедури тощо. З іншого боку, прийняття державної стратегії економічного розвитку без урахування потреб і пропозицій громад приречене на невдачу – адже інвестиційні проекти реалізуються в конкретних містах і регіонах, за участі місцевих чиновників і посадовців органів місцевого самоврядування. Тому, на нашу думку, доцільним варіантом є комплексний багаторівневий підхід: формування єдиної національної стратегії економічного розвитку (визначення стратегічного бачення та «дерева

цілей»), розробка регіональних стратегій (на рівні областей і районів) і місцевих стратегій (на рівні громад: міст, селищ та сіл).

Звісно, що реалізація такого підходу потребує комплексних реформ системи державного управління України. Перш за все, потрібна політична воля, яка дасть змогу ініціювати відповідний процес на національному рівні. Окрім того, необхідні серйозні зміни в розподілі повноважень між органами державної влади і органами місцевого самоврядування, тобто практична реалізація адміністративної реформи, яка б забезпечила певну стабільність прийняття рішень на регіональному рівні завдяки підвищенню відповідальності місцевої влади.

Наразі можна констатувати наявність певних кроків в області залучення іноземних інвестицій в Україну на державному рівні. Зокрема, у грудні 2009 року відбулася презентація Стратегії залучення прямих іноземних інвестицій в Україну «План дій – 2010», розробленої Національним агентством України з іноземних інвестицій та розвитку (Укрзовнішінвест). Стратегія визначає конкретний план дій і чіткі завдання у сфері залучення інвестицій на найближчі три роки [4]. У цілому ця стратегія відповідає головним методологічним принципам залучення інвестицій в економіку країн, що розвиваються. Однак слід зазначити, що це далеко не перший проект стратегії залучення інвестицій та не перший відповідний нормативний акт, що приймався в Україні для регулювання цієї сфери відносин; тому об'єктивно оцінити ефективність або неефективність цих кроків можна буде лише після проведення президентських виборів 2010 року та настання визначених у розпорядженні термінів звітності.

Як приклад здійснення стратегічного планування на рівні громад (в українських містах можна навести відповідні процеси в Чернігівській області (міста Чернігів [5], Корюківка, Мена, Прилуки, Ніжин тощо). На основі даних, отриманих під час підготовки відповідних стратегічних планів, можна виділити такі особливості залучення іноземних консультантів або представників міжнародних організацій;

- низька участь громадськості у процесі розробки стратегічного плану;

- нерозуміння частиною посадових осіб органів місцевого самоврядування необхідності та доцільності цього процесу;

- низький рівень зацікавленості бізнес-структур в участі у процесі стратегічного планування;
- практично повна залежність успішної реалізації стратегічного плану від особистої участі та зацікавленості керівника органу місцевого самоврядування тощо.

Що стосується територіального маркетингу, цей поняття пов'язане із більш широкою концепцією соціального маркетингу, головна ідея якого була в тому, що на соціальному ринку, тобто у сферах функціонування освіти, культури, спорту, навіть просуванні соціальних програм та ідей, можливо (з певними обмеженнями) застосування маркетингового підходу. Саме такий підхід дозволяє аналізувати ті реальні зміни, що виникають в суспільстві в процесі його розвитку. Більш того, прогнозувати, проектувати такі зміни. Тому що, наприклад, потреба в якомусь «соціальному продукті» (наприклад, в новому підході до організації освіти чи медицини) породжує відповідних суб'єктів, що створюють такий продукт, канали його просування в суспільстві, досягнення відповідного соціального ефекту тощо.

Власне територіальний маркетинг можна визначити як маркетингову діяльність в інтересах тої чи іншої території, внутрішніх та зовнішніх суб'єктів, у яких вона зацікавлена. Територіальний маркетинг розглядає ту чи іншу територію як об'єкт інвестування. Здійснюється ж він завдяки визначенню потреб цільових груп та просуванню іміджу території. Імідж території складається з низки показників, що можуть здійснювати вплив на внутрішніх та зовнішніх інвесторів. Серед таких показників: рівень урбанізації території; розвиток сільського господарства; міграція, трудова і соціальна мобільність населення; демографічні проблеми; функціонування ринків житла тощо. До речі, саме територіальним маркетингом потрібно активно займатися органами управління Києва, Донецька, Дніпропетровська, Львова, готуючись до прийому чемпіонату з футболу «Євро-2012». Основні інвестиції повинні прийти сюди не з бюджету, а головним чином від зовнішніх приватних інвесторів [6].

Прикладами заходів у сфері територіального маркетингу Чернігова (за напрямом туризму) можуть служити:

- створення та забезпечення діяльності туристично-інформаційного центру;

- створення, підтримка та наповнення багатомовного веб-сайту туристичного потенціалу міста;
- публікація чотиристовної брошури «Чернігів – місто можливостей» та її розповсюдження;
- розробка та виготовлення сувенірної продукції у єдиному стилі;
- участь у виставках, ярмарках, форумах відповідної тематики.

Таким чином, незважаючи на значні законодавчі та інші обмеження щодо можливостей підвищення місцевої конкурентоспроможності, такі можливості все ж існують і реалізуються за допомогою відповідних апробованих інструментів. Найбільшу увагу міста, які бажають підвищити свою конкурентоспроможність, мають приділяти стратегічному плануванню та територіальному маркетингу як перспективним методам управління розвитком громади.

Список використаних джерел та літератури

1. Муніципальні інвестиції та кредити [Електронний ресурс] / Асоціація міст України та громад // серія «Навчальні програми для працівників органів місцевого самоврядування». – 1 електрон. опт. диск (CD – ROM); 12 см. – Систем. вимоги: Pentium –266; 32 Mb RAM; CD – ROM Windows 98/2000/NT/XP.
2. Вступ до місцевого економічного розвитку [Електронний ресурс] / проект «Економічний розвиток міст». – Режим доступу: <http://www.linc.com.ua/ukr/tools/41.html>.
3. Why LED? The Role of LED in Urban Development [Електронний ресурс] / The World Bank. – Режим доступу: <http://go.worldbank.org/OBKMYUPOU0>.
4. Каськів В. InvestUkraine – крок до реформ [Електронний ресурс] / Владислав Каськів // Дзеркало тижня. 19 – 25 грудня 2009 року. – № 50 (778). – Режим доступу: <http://www.dt.ua/2000/2040/68096>.
5. Стратегія розвитку міста Чернігів на 2007-2015 роки [Електронний ресурс] / Чернігівська міська рада. – Режим доступу: <http://chernigivrada.gov.ua/startegrozmist/13.03.2008/strategija rozvitku.doc>
6. Полторак В.А. Маркетинговий підхід до аналізу та проектування соціальних змін в українському суспільстві / В.А. Полторак // Наукові студії Львівського Соціологічного Форуму «Багатомірні простори сучасних соціальних змін», збірник наукових праць.– Львів, 2008. – С. 90 – 93.

*М.С. Дорош
А.В. Ребенок
Д.М. Ітченко*

ПРОЕКТНЕ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЧЕРНІГІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Постановка проблеми. Нещодавно на засіданні Уряду було схвалено проект Закону України «Про державне прогнозування та стратегічне планування в Україні». Головною метою даного законопроекту є визначення правових, економічних та організаційних засад формування цілісної системи державного прогнозування та стратегічного планування, яка забезпечує сталий розвиток України. Запроектом пропонується ввести новий горизонт планування – довгостроковий (десяти років), на який готуються та розглядаються Урядом два документи: схема (прогноз) розвитку та розміщення продуктивних сил України та Стратегія розвитку України. Важливою складовою стратегії є державна регіональна стратегія. В плануванні, розробці та реалізації стратегії регіонального рівня мають бути задіяні, як державні органи управління, так і підприємства, що забезпечують її реалізацію. Отже, виникає завдання забезпечення їх ефективної взаємодії на проектній основі, що потребує розвитку додаткових структур та методів управління проектами при реалізації стратегічних програм розвитку на регіональному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основним програмним документом Уряду є Стратегічний план розвитку України, який має прийматися на п'ять років із щорічним продовженням його на рік.

До складу Стратегічного планування входять:

- сценарні умови розвитку економіки країни;
- основні макроекономічні баланси національної економіки та баланси виробництва і споживання основних видів продукції на плановий рік;
- перелік державних цільових програм, виконання яких передбачається у плановому році з метою реалізації завдань Стратегічного плану розвитку України, з наведенням обсягів та джерел їхнього фінансування;
- програма капітальних інвестицій на середньостроковий період.

Основою для середньострокових документів мають стати Стратегічні плани центральних органів виконавчої влади. Такий план, за словами керівника економічного відомства, повинен відображати

пріоритети діяльності, цільові індикатори та фінансові параметри, якими буде керуватися центральний орган виконавчої влади для реалізації політики у відповідній сфері діяльності та досягнення очікуваних кінцевих результатів.

Документом пропонується також розробляти стратегічні плани розвитку державних господарських об'єднань, національних акціонерних компаній, державних холдингових компаній на 5-річний термін (їх близько 60). Також планується ввести новий вид цільових програм: регіональні та місцеві.

Іншими словами, нова система державного прогнозування та стратегічного планування повинна суттєво скоротити кількість документів, які визначають цілі та пріоритети розвитку країни, сконцентрувати роботу центральних органів влади на найважливіших документах, що забезпечують сталий розвиток країни, визначити основним горизонтом планування середньостроковий період порівняно з короткостроковим та повернутися до пріоритету економічної політики.

Виділення недосліджених раніше частин загальної проблеми. Поряд з проведеними науковими дослідженнями недостатньо вивченими є процеси виділення проектної діяльності як важливої складової при реалізації програм стратегічного розвитку країни в цілому, та по регіонах окремо. Також потребують визначення організаційні аспекти взаємодії учасників проектів, що входять до програм, з виділенням місця та функцій вищих навчальних закладів в таких структурах.

Постановка завдання. Для забезпечення ефективності реалізації стратегії розвитку Чернігівського регіону, з використанням проектного управління в статті вирішуються наступні завдання:

- визначення основних учасників процесів розробки та реалізації проектів, що входять до програм стратегічного розвитку Чернігівського регіону;
- розробка структури проектних відносин між учасниками при реалізації стратегії;
- обґрунтування доцільності використання спеціального проектного підходу на регіональному та підприємницькому рівнях із залученням професорсько-викладацького складу та студентів ВНЗ.

Викладення основного матеріалу. Як засвідчує міжнародний досвід, важливим чинником при реалізації програм стратегічного розвитку регіонів, що сприяє зміцненню конкурентоспроможності

національної економіки, є підприємництво. Саме підприємницькі структури забезпечують реалізацію регіональних стратегій, за допомогою ведення активної проектної діяльності, що забезпечує продуктивність роботи підприємств як основної бази для формування показників ефективності розвитку регіону. При цьому невід'ємними складовими сучасного підприємництва є малий бізнес, на який покладаються функції прискорення структурної перебудови економіки, підвищення організаційної ефективності використання національних ресурсів.

Головним управлінням економіки Чернігівської облдержадміністрації визначено, що у соціально-економічному житті Чернігівської області сфера малого бізнесу набула важливого значення. Протягом останніх років значно підвищилася ефективність його діяльності і, як наслідок, збільшився вплив на економічне життя області. Дієвим інструментом щодо прискорення розвитку сфери малого бізнесу є реалізація обласної Програми розвитку малого підприємництва, зокрема підпрограми фінансово-кредитного та інвестиційного забезпечення. Цьому сприяє робота спеціалізованого фонду розвитку підприємництва, відповідна інфраструктура.

Серед чинників, що стримують діяльність підприємництва, слід зазначити фінансові та інвестиційні проблеми: нестача власних коштів, ускладненість залучення фінансових та інвестиційних ресурсів з ринкових джерел.

В Україні державна підтримка підприємництва здійснюється за напрямками:

- формування інфраструктури підтримки і розвитку підприємництва;
- встановлення системи пільг;
- запровадження спрощеної системи оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності;
- фінансово-кредитна підтримка;
- залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм.

Реалізація державної політики знаходить свій прояв у Національній, обласних та місцевих програмах підтримки підприємництва.

Згідно з Національною програмою, фінансово-кредитна підтримка малого підприємництва має бути спрямована на: формування мережі регіональних фондів підтримки підприємництва

та кредитно-гарантійних установ; розроблення та запровадження ефективних кредитно-гарантійних механізмів мікрокредитування; створення та підтримку фінансових інститутів, які працюють на розвиток малого підприємництва.

За 2001-2008 роки по Україні загальна сума проектного запиту щодо фінансування запланованих заходів розвитку малого підприємництва склала близько 900 млн. грн., а бюджетне їх наповнення за цей період – менше ніж 65 млн. грн., або 7,4% від проектної суми.

На реалізацію заходів обласної Програми розвитку малого підприємництва з Чернігівського обласного бюджету за 2007 –2008 роки направлено 646,8 тис. грн., що складає понад 80% від плану. Видаток місцевого бюджету на реалізацію Програми склав 114,3 грн./підпр.

Розглянемо більш детально напрями фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва, які діють в Чернігівській області.

Компенсація відсоткових ставок за кредитами та пільгове кредитування здійснюється за програмами, наведеними у табл. 1.

Станом на 2009 рік в Чернігівській області більшість запланованих програмних заходів щодо підтримки малого підприємництва виконано (основний виконавець заходів – ДО «Регіональний фонд підтримки підприємництва по Чернігівській області»). Протягом дії Програми фінансову підтримку у формі часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами отримали проекти трьох суб'єктів підприємницької діяльності на загальну суму 49,7 тис. грн. Пільгове кредитування за період 2001-2008 років отримали 78 проектів на загальну суму 4164,778 тис. грн.

Таблиця 1

Напрямок підтримки	Механізм реалізації підтримки	Характер підтримки
1	2	3
Компенсація відсоткових ставок за кредитами		
Фінансова підтримка інноваційних та інвестиційних проектів, у першу чергу з впровадження передових технологій.	Через механізм здешевлення кредитів за рахунок коштів державного бюджету у відповідності до Постанови Кабінету Міністрів України від 1 березня 2007 року № 329.	Бюджетні кошти спрямовуються на відшкодування сплачених у 2007 р. відсотків за кредитами. Компенсація надається за фактично сплаченими відсотками і не може перевищувати подвійну облікову ставку Національного банку, що діяла на дату їх нарахування.
Часткове відшкодування	За рахунок коштів	Надається на конкурсних засадах

відсоткових ставок за кредитами, що надаються суб'єктам малого та середнього бізнесу на реалізацію інвестиційних проектів.	державного бюджету у відповідності до Постанови Кабінету Міністрів України від 20 квітня 2007 року N 634.	в розмірі 1,5 облікової ставки Національного банку, що діє на дату нарахування відсотків за користування кредитом; розмір співфінансування інвестиційного проекту за рахунок власних коштів становить не менш як 20 відсотків його вартості.
Часткове відшкодування відсоткових ставок за кредитами, отриманими суб'єктами малого підприємництва в фінансово-кредитних установах.	За рахунок коштів обласного бюджету на виконання заходів обласної Програми розвитку малого підприємництва по Чернігівській області на 2009–2010 роки.	Умови проведення конкурсу та склад конкурсної комісії визначені розпорядженням голови облдержадміністрації від 01 грудня 2006 року № 438. Переможці конкурсу отримують компенсацію в розмірі до 75 % від загальної суми нарахованих відсотків по кредиту.

Пільгове кредитування		
1	2	3
Кредити на реалізацію інноваційних та інвестиційних проектів.	За рахунок коштів державного бюджету у відповідності до Постанови Кабінету Міністрів України від 14 березня 2007 року N 455.	Бюджетні кошти надаються Українській державній інноваційній компанії згідно з помісячним розписом асигнувань на умовах повернення, платності, строковості та цільового використання. Розмір плати за кредит не вище 7% річних. Проекти відбираються за конкурсом.
Фінансово-кредитна підтримка проектів інноваційного спрямування суб'єктів господарювання.	За рахунок коштів обласного бюджету на виконання Програми інноваційно-інвестиційного розвитку Чернігівської області на 2007–2010 роки «Чернігівщина інвестиційна –2010».	Фінансування інноваційних проектів здійснюється на умовах конкурсного відбору, строковості, платності, зворотності та цільового використання коштів. Фінансуванню підлягають інноваційні проекти, в першу чергу з впровадження передових енергозберігаючих технологій та технологій виробництва альтернативних джерел палива.
Фінансово-кредитна підтримка підприємницьких	Через уповноважені банки за рахунок коштів обласного бюджету на виконання	Надається на умовах забезпеченості, платності, зворотності, строковості та

проектів.	заходів обласної Програми розвитку малого підприємництва по Чернігівській області на 2009–2010 роки.	цільового використання, на конкурсних засадах, суб'єктам малого підприємництва, які здійснюють діяльність в пріоритетних напрямках, у формі фінансового кредиту через уповноважені банки в сумі до 200 тис.грн. строком до 3-х років під 10–14% річних в національній валюті, за умов надання застави.
-----------	--	--

Проведений аналіз доводить наявність активної співпраці органів державного управління з підприємцями, але одним з істотних недоліків такої співпраці є недостатньо професійний підхід при розробці проектів розвитку підприємств, а також невідповідність таких проектів програмам стратегічного розвитку регіону, що істото уповільнює процеси державної підтримки таких проектів. Також необхідне врахування методів проектного управління і при розробці регіональних програм.

Для вирішення таких задач пропонується структура взаємодії учасників проектного управління при реалізації стратегії розвитку регіону, яка враховує активну участь вищих навчальних закладів, що мають спеціальності проектного спрямування на всіх етапах розробки та впровадження програм та проектів (рис. 1). При підготовці проектів на рівні регіону можна залучати студентів спеціальності «Управління проектами та програмами» шляхом надання їм вихідних даних для розробки проектів при курсовому та дипломному проектуванні. Студенти, одержуючи консультації професорсько-викладацького складу, виконують роботу щодо розробки проекту в цілому, або його частин. Це дозволить широко використовувати спеціальні методи розробки та планування проекту, що значно підвищить якість їх обґрунтування. В той же час, студент матиме можливість набути досвід з підготовки реальних проектів, а також проявити свої здібності як спеціаліста та одержати можливість прийняти участь у реалізації таких проектів.

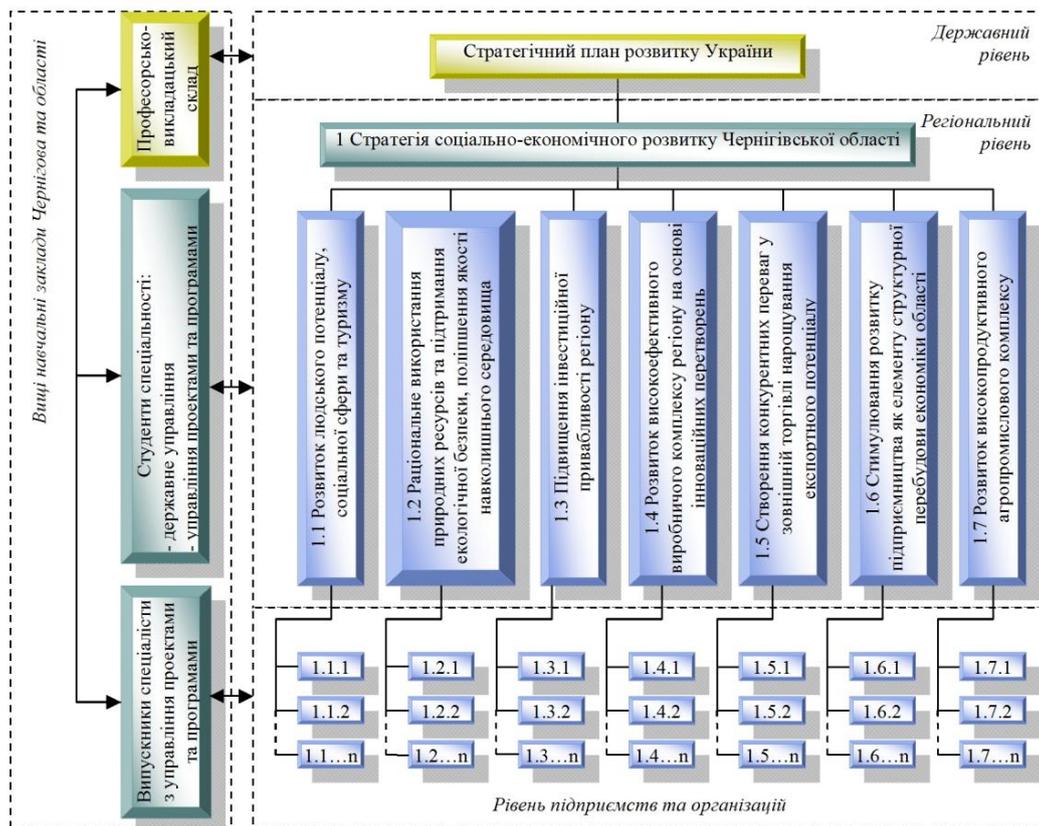


Рис. 1. Структура взаємодії учасників проектного управління при реалізації стратегії розвитку регіону

Звичайно, дуже важливим є більш широке використання проектного підходу при практичній реалізації проектів. Тому, одним з етапів підвищення ефективності впровадження таких проектів на підприємстві, зображених на рис. 1, є залучення випускників-спеціалістів з управління проектами та програмами.

Особливістю залучення ВНЗ є те, що, при написанні курсових і дипломних робіт студентами використовуються основи системного підходу. Слід відзначити, що згідно напрямку навчання, у межах виконання дипломної або курсової роботи студентам надаються завдання для розробки різноманітних інвестиційних проектів. При цьому вирішуються наступні задачі:

- удосконалення систем організаційного управління промисловими підприємствами (або іншими організаціями);
- впровадження інновацій на підприємствах;
- диверсифікація виробництва з врахуванням факторів зовнішнього середовища.

При цьому студенти використовують сімейство моделей, що об'єднуються багаторівневою методикою, яка базується на стратифікованому уявленні процесу дипломного і курсового

проектування. На рис. 2 представлена стратифікована модель курсового та дипломного проекту, що визначає проектування на різноманітних рівнях дослідження:

- філософському або теоретико-пізнавальному - вербальний опис задуму, концепції проекту;
- науково-дослідному – у формі математичних моделей різного роду;
- аналітичному - дослідження і вивчення технічних і економічних характеристик об'єкта;
- проектному - шляхи і етапи удосконалення досліджуваної області, обґрунтування проектних рішень;
- матеріального втілення - реалізація проектних розробок;
- експертному - експертні оцінки, економічний ефект від впровадження проекту.



Рис. 2. Стратифікована модель дипломного проекту

Суть використання моделі зводиться до виконання курсових робіт у такій послідовності:

1. Формування команди з 4-5 студентів для виконання проекту.
2. Розподіл обов'язків між членами команди для розробки і виконання конкретної частини проекту.
3. Вибір командою теми проекту.
4. Виконання і розробка комплексного проекту.
5. Всю роботу очолює керівник проекту. Кожен член команди розробляє (виконує) конкретну частину проекту.
6. Робота над виконанням комплексного курсового проекту починається з ознайомлення зі змістом і алгоритмом виконання проекту, один із варіантів якого наведений нижче.

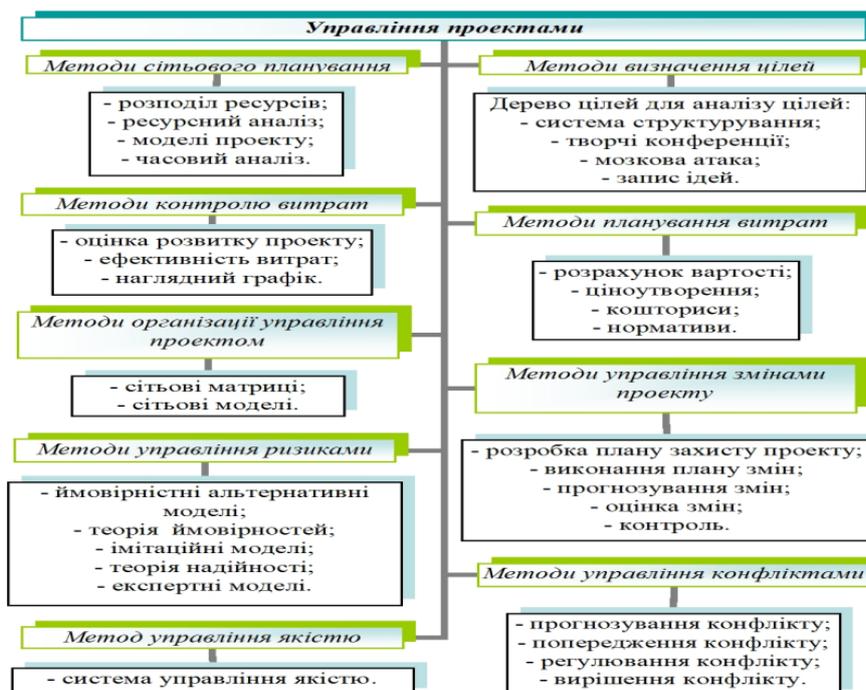


Рис. 3. Система методів і інструментів управління проектами.
Приклад змісту і алгоритму розробки проекту складом команди:

1. Вихідні дані проекту: назва проекту; вартість проекту; термін реалізації; кількість працюючих; тип підприємства; термін окупності; очікуваний прибуток.

2. Мета і задачі, опис проекту і його особливості.

3. Етапи виконання проекту (розподіл проекту на фази життєвого циклу).

4. Розподіл (закріплення) конкретних фаз або етапів за кожним членом команди з визначенням об'ємів, вартості, терміну реалізації, кількості працівників.

5. Розробка кожної фази конкретним членом команди (теоретична частина складає біля 80%, розрахункова – близько 20% об'єму всіх робіт фази), яка починається з розробки моделі реалізації відповідної фази.

6. Координація робіт за всіма фазами членами команди і керівником команди.

7. Висновки по кожній фазі і всьому проекту.

Розподіл і закріплення фаз життєвого циклу проекту та його етапів виконується керівником за згодою з кожним членом команди. Розробка стратегії (концепції) і планів проекту виконується всією командою.

При написанні курсових та дипломних робіт студентами в процесі збору, обробки й аналізу даних використовуються методи та інструменти управління проектами, що систематизовані і зображені на рис. 3.

З рисунку видно, що управління проектами – це окрема специфічна галузь знань, яка містить комплекс методів, використання яких забезпечує виконання проектів із врахуванням обмежень у вартості, терміну виконання та запланованої якості, що значно підвищує ефективність досягнення запланованих цілей.

Висновки. За результатами дослідження статті можна зробити такі висновки:

– формування та реалізація стратегій розвитку України в цілому та регіонів окремо потребує використання спеціального проектного підходу для забезпечення ефективного її впровадження;

– проведений аналіз реалізації програм підтримки та розвитку підприємництва в Чернігівській області як основної складової, що реалізовує проекти в межах програм стратегічного розвитку, виявив наявність активної співпраці органів державного управління та підприємців;

– для підвищення ефективності використання проектного підходу при реалізації стратегії розвитку Чернігівського регіону запропонована структура взаємодії учасників цього процесу з залученням вищих навчальних закладів до розробки та подальшого професійного управління проектами на рівнях органів державного управління та підприємства;

– запропонована стратифікована модель розробки проектів при курсовому та дипломному проектуванні дозволяє визначити роль та функції вищих навчальних закладів при написанні проектів за конкретними завданнями інших учасників реалізації стратегії розвитку регіону.

Список використаних джерел та літератури

1. За матеріалами прес-служби міністерства економіки України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/>
2. Головне управління економіки Чернігівської облдержадміністрації. Малий бізнес в економіці Чернігівщини [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу: <http://www.chernihivoblast.gov.ua/showbranch.php/>

3. Чернігівська обласна державна адміністрація. Обласна програма розвитку малого підприємництва на 2009-2010 рр. [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу: <http://fond.allcn.biz/index.php/>
4. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» № 2063-III від 19.10.2000 р.
5. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» № 2157-III від 21.12.2000 р.
6. Про стан і перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К.О. Ващенко та ін. – К.: Держкомпідприємництво, 2008. – 226 с.
7. Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. Узагальнений звіт про виконання заходів регіональних програм розвитку малого підприємництва на 2007–2008 рік [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publis/>
8. Регіональний фонд підтримки підприємництва в Чернігівській області. Фінансова підтримка інвестиційних проектів [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу: <http://fond.allcn.biz/index.php>
9. Сахно Є.Ю. Використання принципів системного підходу при підготовці спеціалістів проектного спрямування / Є.Ю. Сахно, М.В. Богдан, М.С. Крамчанинова // Вісник КНТЕУ, 2003.– № 2. – С.114–120.

С.М. Задорожна

ДИЛЕМА РОЗВИТКУ МІСТА ЧЕРНІГОВА У ТРЕТЬОМУ ТИСЯЧОЛІТТІ

Місто Чернігів є древнім містом із унікальною історичною спадщиною. Наряду з цим, Чернігів є важливим адміністративно-промисловим і історико-культурним центром в Україні, збереження і розвиток потенціалу якого є стратегічною метою третього тисячоліття. Процес накопичення потенціалу міста залежить від багатьох факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, а саме: геополітичних, природно-географічних, політичних, демографічних, соціальних, культурних, економічних, екологічних та інших. Аналіз цих чинників дозволяє завідрядки як позитивний, так і негативний вплив на розвиток міста.

Економіко-географічне розташування міста Чернігова не визначається сильними стратегічним позиціями в його соціально-економічному розвитку, але і не є безперспективним. Місто розташоване на перетині України з Росією та Білорусією, на перехресті залізничних, водних та автомобільних шляхів сполучення. Основні транзитивні транскордонні потоки проходять по автомобільній дорозі державного значення Київ-Чернігів -Нові Яриловичі, що проходить по кільцевій об'їзній автодорозі м. Чернігова і співпадає з трасою міжнародної дороги Е-95 (Санкт-Петербург-Псков-Гомель-Одеса) і напрямком Критського транспортного коридору № 9 (Хельсінкі-Санкт-Петербург-Мінськ (Москва)-Київ -Кишинів (Одеса-Димитрівград), а магістральна залізнична дорога Київ-Ніжин-Чернігів-Горностаївка є частиною залізничного транспортного коридору № 9.

Грамотне використання цього позитивного чинника дозволить в майбутньому забезпечити розвиток міста через кооперацію з іншими містами та країнами.

Історичний екскурс у розвиток міських агломерацій показує, що головним чинником розвитку міст є урбанізація. Саме вона призводить до принципових змін у структурі зайнятості, способі життя та характері соціальних відносин. В свою чергу урбанізація можлива лише за умов індустріалізації міських агломерацій. Цей процес наглядно підтверджується індустріалізацією міста Чернігова за період радянської доби і втрати соціально-економічних та духовно-культурних позицій за останні роки розбудови ринкової економіки.

Саме втрата промислового потенціалу міста за період 1990-2010 років призвела до різкого погіршення його соціально-економічних показників: демографії, зайнятості, рівня життя населення, що, наряду із негативним природним приростом населення, створило передумови до від'їзду з міста молодих та значної частки осіб працездатного віку, а саме його людського потенціалу (рис. 1).

До революції в Чернігові функціонувало три заводи сальних свічок, вісім цегляних заводів, дві пивоварні, горілчаний завод, кондитерська фабрика та ряд мілких і кустарних майстерень. Разом з розвитком промислового сектору в місті зростає чисельність. В результаті поступової індустріалізації міста в перші п'ятирічки в Чернігові виникають нові галузі промисловості: 1934 рік – випускають першу продукцію фабрика первинної обробки шерсті та

фабрика із виготовлення музичних інструментів; 1950-ті роки – рівень промисловості досягає довоєнного рівня, а провідними галузями стають хімічна, харчова, легка та будівельних матеріалів.

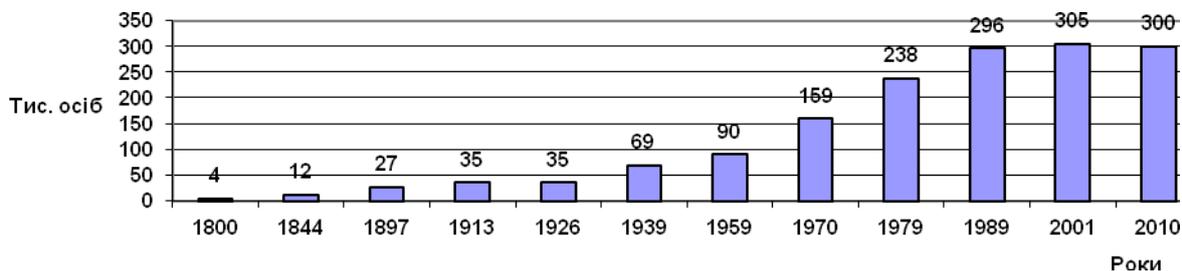


Рис. 1. Динаміка змін чисельності населення м. Чернігова

Чернігівський завод синтетичних волокон вступає до дії в 1959 році, Чернігівський камвольно-суконний комбінат у 1963 році, а швейна, взуттєва фабрики; підприємства харчової промисловості: м'ясокомбінат, молочна, пивоварна, кондитерська, макаронна фабрики; заводи залізобетонних виробів, ремонтно-механічний, радіо-приладний, деревообробний, автозапчастин та ряд інших підприємств отримали розвиток. Наряду із промисловістю у місті розвивається і соціальна сфера. Все це потребує інтенсивних імміграційних трудових потоків до міста сільського населення із суміжних областей, що призводить до різкого зростання чисельності населення міста у 3,3 рази (з 90 тисяч осіб у 1959 році до 297 тис. осіб у 1989 році).

Перебудовчі процеси в Україні змінюють ситуацію в економічній, соціальній та демографічній сферах на гірше. Індустріальний потенціал міста знижується, розвивається підприємництво, особливо у сфері торгівлі та різних послуг, що змінює структуру зайнятості населення, а кризові явища призводять до інтенсивної міграції населення та зростання безробіття. Зниження життєвого рівня і соціальних стандартів спричинює скорочення народжуваності, підвищення смертності населення та різке зростання соціальних видів захворювань (СНІД, туберкульоз, венеричні хвороби).

Спад економіки та відсутність кваліфікованого менеджменту в муніципальному управлінні та на рівні державного управління обумовлює значне погіршення життєвих умов населення та якості соціально-побутових, транспортних, комунальних та інших послуг,

що робить життя жителів Чернігова некомфортним та нестабільним, а подекуди і небезпечним.

Динаміка розвитку підприємництва в місті протягом 1991-2009 років свідчить про кількісне зростання суб'єктів малого підприємництва як юридичних, так і фізичних осіб. У 1991 році на 10 тис. населення в місті нараховувалось 12 малих підприємств, а в 2008 році 94 (по області відповідно: 5 і 50). Середньорічна чисельність зайнятих у цій сфері постійно зростає: в 2000 році 13.6 тис. осіб, що становить у середньорічній кількості всіх найманих працівників міста відповідно: 17,5 та 26,1%. На початок 2010 року у місті налічується 2,8 тис. малих підприємств в яких зайнято 19,2 тис. фізичних осіб підприємців.

Обсяг реалізованої продукції на малих підприємствах зростає з 12,8% у 2000 році до 27,1% у 2008 році (63,6% яких працює прибутково). Останні роки визначаються посиленням позитивних змін у структурній кількості малих підприємств за видами економічної діяльності: поряд із зменшенням частки кількості малих підприємств в оптовій та роздрібній торгівлі відбувається зростання їх частки в промисловості, транспорті, будівництві, сфері послуг (рис. 2).

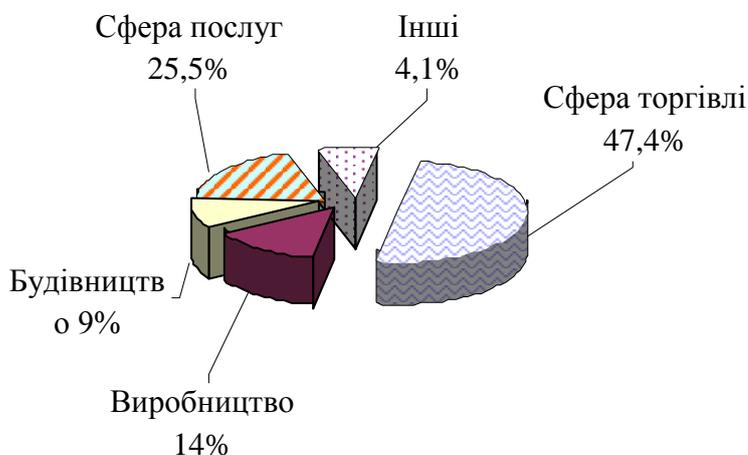


Рис.2. Структура малого бізнесу за сферами економічної діяльності

Позитивним фактором є впровадження заходів фінансово-кредитної підтримки підприємництва протягом останніх 3-х років. Так, у міському бюджеті передбачені кошти на розвиток малого та середнього підприємництва, а на даний період профінансовано три підприємницькі проекти на суму 210 тис.грн. Перевага надавалась пріоритетним видам діяльності, передбачених Програмою розвитку та підтримки малого бізнесу. Важливим є те, що найбільшу підтримку одержують суб'єкти підприємництва, які займаються виробництвом конкурентноздатної продукції, розробкою та

впровадженням у виробництво нових технологій, наданням послуг населенню, зокрема побутових.

Кризові явища проявилися практично в усіх сферах економіки міста, що значно позначилося на результатах роботи господарського комплексу та показниках виконання Програми економічного і соціального розвитку міста Чернігова за 2009 рік. Підтвердженням цього є зниження обсягу виробництва промислової продукції у порівняних цінах порівняно із відповідним періодом минулого року на 35,8% (64,2% при запланованому 93,5%). А низька купівельна спроможність населення негативно вплинула на обсяг роздрібного товарообігу, який очікується у сумі 3700 млн. грн. (82,7% від запланованого). На одного мешканця міста за місяць продано товарів на 54,3 грн. менше, ніж у 2008 році, а обсяг послуг відповідно на 0,5.

Підприємства і організації міста у 2009 році одержали збитків (сальдо) на 48,1 млн. грн. більше за відповідний показник минулого року. Прибутково працювали лише 86 підприємств (45,6% від загальної кількості підприємства), а решта підприємств отримали збитки на загальну суму 461,2 млн. грн.

Скорочення обсягів промислового виробництва призвели до скорочення чисельності працівників на підприємствах міста. Протягом року вивільнено 2728 осіб (у 2,3 рази більше за показник 2008 року). Найбільше звільнено працівників у переробній промисловості – 1296 осіб (47,5% всіх вивільнених), у будівництві – 219 осіб (8%), у торгівлі, ремонті автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – 459 осіб (16,8%), у фінансовій діяльності – 206 осіб (7,6%). В той же час, малий бізнес забезпечив роботою майже 42 тис. осіб (33% від загальної чисельності зайнятих у галузях економіки).

Поряд із підвищенням середньомісячної номінальної заробітної плати штатних працівників (без урахування найманих працівників статистично малих підприємств та у фізичних осіб-підприємців) у 2009 році, порівняно з 2008 роком, на 2,9% (1542,58 грн.) відбулося і зростання темпів росту індексу споживчих цін на 12,7%. Ускладнює ситуацію і заборгованість по виплаті заробітної плати, яка на 1.01.2010 року становить майже 12 млн. грн. (у двічі більше, ніж на початок року).

А от заборгованість із виплати заробітної плати працівникам бюджетної сфери, що фінансуються з місцевого бюджету та з виплати пенсій та стипендій відсутня.

У 2009 році бюджет м. Чернігова отримав до загального і спеціального фондів (з урахуванням міжбюджетних трансфертів) 604,7 млн. грн. Це дозволяє забезпечити виконання затвердженого річного планового показника з урахуванням змін на 96,2% та збільшення надходжень 2008 року на 0,5% або 3,1 млн. грн. (287,1 млн. грн. складають власні та закріплені надходження загального фонду бюджету). В цілому фінансовий ресурс міста зменшено проти 2008 р. на 11,3 млн. грн. або 3,8%, видаткова частина загального фонду бюджету міста склала 506,9 млн. грн., у тому числі без урахування субвенцій з державного та обласного бюджетів – 379,0 млн. грн.

Складною є ситуація на ринку праці м. Чернігова у період кризового стану. Протягом 2009 року міським центром зайнятості загалом було зареєстровано 9619 незайнятих громадян (24,6% менше, ніж у 2008 року). Таке зменшення, в певній мірі, є результатом ускладнення процесу реєстрації шукачів роботи. Щоденна наявність 2 тис. вакансій у 2008 році в центрі зайнятості дозволяла реєструвати майже всіх бажаючих працювати. Позитивним в роботі центру є збільшення на 3,4% у 2009 року реєстрації осіб, які не можуть на рівних конкурувати на ринку праці та потребують соціального захисту.

Міський центр зайнятості значно звузив можливості щодо працевлаштування безробітних і тих, хто шукає роботу, через значне зменшення кількості вільних робочих місць та вакансій. Так, станом на 1 жовтня 2008 року. їх було 1,5 тисячі, а на початок 2010 року лише близько 400.

Ускладнює ситуацію і повернення трудових мігрантів із промислово розвинутих мегаполісів України та зарубіжжя, які раніше виїздили в пошуках більш оплачуваної роботи за межі міста. Протягом 2009 року у міському центрі зайнятості було зареєстровано понад 1000 осіб, які звільнилися з підприємств, розташованих за межами м. Чернігова (10,4% відсотків від усіх зареєстрованих). Крім того, треба врахувати ще 489 таких осіб, які зареєструвалися в останні 3 місяці 2008 року. Загальне поповнення лав безробітних трудовими мігрантами склало майже 1,5 тисячі осіб. Їх працевлаштування в межах Чернігова стримується відсутністю вакансій з оплатою праці, що відповідає б рівню заробітків у Києві, Москві, тощо.

Негативні соціально-економічні умови, відсутність сучасної культурно-спортивної інфраструктури, спеціалізація закладів вищої освіти, відсутність сучасних прогресивних робочих місць обумовлює високі міграційні мотивації молоді, що в подальшому призведе до ще більшого дисбалансу вікової структури населення міста та втрати його потенціалу і, врешті-решт, до занепаду міста. Складність цієї проблеми визнається на рівні місцевого самоврядування, що обумовило розробку стратегії розвитку міста Чернігова на 2007-2015 роки.

Розробка Стратегії здійснювалася Міжнародним центром перспективних досліджень «Голос громадськості» у співпраці з Центральноукраїнським регіональним навчальним центром Фондації «Україна-США» за фінансової підтримки Світового банку разом зі спеціалістами структурних підрозділів виконкому міськради.

Мета проекту полягає у створенні комплексної стратегії розвитку міста та визначенні пріоритетних напрямків його розвитку, що включають:

- ефективну роботу галузей економіки;
- забезпечення населення якісними транспортними та житлово-комунальними послугами;
- задоволення потреб населення у послугах соціальної сфери та забезпечення правопорядку;
- поліпшення стану навколишнього середовища та запобігання його забрудненню в процесі соціально-економічного розвитку міста;
- розвиток територіальної громади та системи управління містом.

В ході розробки Стратегії було проведено аналіз можливостей та загроз розвитку міста, що дозволяє визначити пріоритетні напрямки його розвитку (табл. 1).

На основі цього аналізу групою фахівців розроблено бачення майбутнього міста Чернігова, що полягає у сприянні створення комфортних умов для жителів міста через успішний розвиток підприємництва, туризму, ефективної системи екобезпеки і збереження історичної спадщини. Досягнення цього бачення стає можливим за умови реалізації ряду стратегічних цілей, а саме:

- Ефективна робота галузей економіки.
- Забезпечення населення якісними житлово-комунальними та транспортними послугами.
- Якісні соціальні послуги та правопорядок.

- Поліпшення навколишнього середовища та запобігання його забрудненню.
- Розвиток громади та системи управління.

Таблиця 1

SWOT-аналіз м. Чернігова

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони
Геополітичне та економіко-географічне положення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Місто займає вигідне положення в басейні р. Десна та її притоків Сейму та Снова. 2. Розташоване поблизу столиці України – м. Київ. 3. Через місто проходять залізничні, автомобільні магістралі - міжнародний транспортний коридор Критський № 9: Київ – Чернігів – Гомель, автомагістраль Санкт-Петербург – Одеса, повітряні траси України. 4. Чернігівська область займає прикордонне положення. Наближеність зовнішніх ринків Росії і Білорусі. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Близькість до Чорнобильської атомної станції.
Територія та навколишнє середовище	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливі природно-кліматичні умови та положення міста. 2. Місто має значні рекреаційні ресурси: акваторії та заплавні території рік, парки і сквери, лісопарки, тощо. 3. Існує потужний комплекс унікальних природно-заповідних пам'яток та природних ландшафтів. 4. Достатня водозабезпеченість водами питного та рекреаційного призначення. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Затоплення та підтоплення значних площ долинних територій, що потребують значних матеріальних затрат. 2. Зсуви та значна абразія правого берега р. Десни в місті посилюють деформацію русла ріки. Заходи щодо стабілізації потребують значних об'ємів берегоукріплення і, відповідно, капіталовкладень. 3. Невпорядкованість та забруднення річки Стрижень. 4. Перевантаженість полігону твердих побутових відходів та ставків-накопичувачів промислових відходів. 5. Відсутність сміттєво-переробних підприємств та підприємств по утилізації токсичних відходів. 6. Шкідливі викиди у повітря від ТЕЦ. 7. Забрудненість повітря через надмірне транспортне навантаження центральних вулиць міста.

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони
Архітектурно-історичні ресурси міста	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність комплексу унікальних історико-архітектурних пам'яток та Національного архітектурно-історичного заповідника „Чернігів стародавній”. 2. Наявність навколо міста цікавих пам'яток природи, історії, культури і архітектури. 3. Наявність історичної забудови центральної частини міста. 4. Цікава історія, пов'язана із багатьма культурами, народами та видатними особами. 5. Наявність різнопрофільних музеїв та широкий вибір туристичних маршрутів по місту. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Технічний стан деяких пам'яток архітектури незадовільний і потребує значних капіталовкладень на реставрацію. 2. Відсутність текстової інформації (паспортизації об'єктів культурної спадщини) про окремі об'єкти пам'яток архітектури, культури та мистецтва. 3. Недостатній рівень промоції міста 4. Частина житлового фонду історичної частини міста потребує реконструкції. 5. Недостатньо розвинена інфраструктура туристичної галузі.
Населення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання чисельності населення в працездатному віці. 2. В місті проживає більш молоде населення, ніж у районах області. 3. Частка жінок фертильного віку (15-49 років) в обласному центрі значно вища, ніж у цілому в області. 4. Внутрішньообласна міграція має позитивне сальдо. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поступово збільшуються темпи втрат чисельності населення, що приводить до його природного скорочення. 2. Скорочується кількість дітей та підлітків. 3. Демографічне старіння населення міста, що проявляється в збільшенні показника середнього віку населення. 4. Зростає диспропорція в статі - в структурі населення переважають жінки. 5. Складну демографічну ситуацію в місті обтяжують наслідки аварії на Чорнобильській АЕС. 6. 64,8% потерпілих внаслідок аварії становлять діти віком до 18 років. 7. Збільшення частки населення пенсійного віку. 8. Зменшення кількості жителів міста.
Економічний потенціал	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвинений ринок фінансових ресурсів. 2. Наявність різногалузевого промислового комплексу. 3. Наближеність ринків сировини до переробних підприємств міста. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повільна адаптація ключових підприємств до ринкових змін. 2. Висока енергоємність виробництва. 3. Висока питома вага ввозу проміжних товарів

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони
	<p>4. Значний експортний потенціал міста.</p> <p>5. Розгалужена мережа закладів професійної підготовки та перепідготовки кадрів</p> <p>6. Розроблений Генеральний план та правила забудови міста, зонування територій міста.</p> <p>7. Наявність вільних виробничих площ.</p> <p>8. Наявність розвиненого будівельного комплексу (спеціалізованих будівельних підприємств).</p> <p>9. Розроблена та затверджена грошова оцінка земель міста.</p> <p>10. Наявність умов для розвитку малого підприємства.</p> <p>11. Наявність бюджету розвитку, що має тенденцію до зростання.</p> <p>12. Стабілізація показників рівня безробіття протягом останніх 3-х років.</p> <p>13. Тенденція до щорічного зростання кількості новостворених робочих місць.</p> <p>14. Компактне розміщення території міста.</p> <p>15. Наявність майданчиків для будівництва в найбільш привабливій центральній частині та нових районах міста.</p> <p>16. Сприятливі умови до залучення інвестицій у сферу будівництва. Високий відсоток працездатного населення.</p>	<p>(комплектуючих, сировини, матеріалів) з інших регіонів.</p> <p>4. Скорочення питомої ваги наукоємних виробництв.</p> <p>5. Наявність тіньового сектору економіки.</p> <p>6. Поширення стихійної торгівлі.</p> <p>7. Застаріла інженерна інфраструктура.</p> <p>8. Ускладнена дозвільна процедура при започаткуванні господарської діяльності.</p> <p>9. Зменшення питомої ваги власних надходжень у структурі загального обсягу доходів бюджету м. Чернігова.</p> <p>10. Значна питома вага обсягу видатків на виплату заробітної плати та нарахувань на неї працівникам бюджетної сфери.</p> <p>11. Наявність об'єктивних обмежень просторового розширення.</p> <p>12. Обмеженість територіальних ресурсів, освоєння яких стримується екологічною ситуацією.</p> <p>13. Дисбаланс попиту та пропозиції на місцевому ринку праці.</p> <p>14. Ускладнення працевлаштування молоді, що має вищу освіту на фоні нестачі працівників робочих професій.</p> <p>15. Відстає підготовка кадрів з робітничих професій.</p> <p>16. Не повною мірою проведена інвентаризація земель міста через недостатнє бюджетне фінансування.</p> <p>18. Не розмежовані землі державної та комунальної власності.</p>
<p>Транспортно-дорожня інфраструктура та зв'язок</p>	<p>1. Розвинута міська пасажирська транспортна мережа.</p> <p>2. Наявність вантажних транспортних підприємств.</p> <p>3. Розвинута транспортна мережа (річковий порт, залізнична станція).</p> <p>4. Наявність мережі фіксованого та</p>	<p>1. Зношеність до 70% основних фондів підприємств транспорту.</p> <p>2. Надмірне транспортне навантаження центральної частини міста.</p> <p>3. Технічна зношеність транспортно-дорожньої</p>

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони
	<p>стільникового телефонного зв'язку.</p> <p>5. Наявність спеціалізованих підприємств по ремонту та утриманню доріг.</p> <p>6. Оновлення рухомого складу міського пасажирського транспорту.</p> <p>7. Розвиток конкуренції на ринку транспортних послуг.</p>	<p>інфраструктури.</p> <p>4. Незабезпеченість електротранспортом мікрорайонів "Масани", "Шерстянка", "Олександрівка".</p> <p>5. Транспортна "ізолюваність" від центральної частини міста мікрорайону "Шерстянка".</p> <p>6. Недостатня дорожньо-транспортна інфраструктура на кінцевих зупинках.</p>
Житлово-комунальна інфраструктура	<p>1. Запровадження нових форм господарювання з надання житлово-комунальних послуг.</p> <p>2. Запровадження енергозберігаючих та інноваційних технологій у сфері житлово-комунальних послуг.</p> <p>3. Наявність стабільного джерела артезіанської питної води високої якості.</p> <p>4. Цілодобове водопостачання.</p> <p>5. Безперебійне забезпечення гарячою водою та теплом населення міста та соціальної сфери.</p> <p>6. Створення об'єднань співвласників квартир багатопверхових будинків.</p> <p>7. Розвиток конкурентного середовища на ринку надання житлово-комунальних послуг.</p> <p>8. Забезпечення збалансованості тарифів на житлово-комунальні послуги</p>	<p>1. Низький рівень конкуренції у сфері обслуговування житла.</p> <p>2. Відтік кваліфікованих кадрів через низький рівень оплати праці.</p> <p>3. Зношеність та аварійність розподільчої інженерної мережі міста.</p> <p>4. Недотримання нормативних термінів капітального ремонту житлового фонду.</p> <p>5. Незадовільний стан доріг, тротуарів, внутрішньо-квартальних проїздів.</p> <p>6. Низька пропускна можливість існуючої зливової мережі, відсутність її в окремих районах міста та відсутність очищення зливових вод.</p> <p>7. Недостатність місцевих фінансових ресурсів на проведення капітальних ремонтів житлового фонду.</p>
Соціальна сфера	<p>1. Розвинута мережа закладів надання соціальних послуг – освіта, культура, спорт, охорона здоров'я, соціальних захист.</p> <p>2. Соціальна спрямованість міського бюджету.</p> <p>3. Фінансування соціальної сфери проводиться відповідно до місцевих цільових програм.</p> <p>4. Впроваджена система волонтерських програм, залучаються недержавні, неурядові організації.</p> <p>5. Існують школи олімпійського резерву та вищої спортивної майстерності. Стабільно високі (міжнародного рівня) спортивні досягнення з окремих видів спорту</p>	<p>1. Відсутність скоординованої діяльності з надання соціальної допомоги незахищеним верствам населення.</p> <p>2. Наявність на підприємствах міста прихованого безробіття.</p> <p>3. Високий рівень смертності та захворюваності населення, зокрема, на соціально небезпечні хвороби.</p> <p>4. Заклади соціального спрямування не забезпечують рівня надання послуг, якого реально потребує міська громада.</p> <p>5. Відсутність програми розвитку медичної сфери.</p>

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони
	<p>(біатлон, кульова стрільба, важка атлетика).</p> <p>6. Відсутність напруженої криміногенної ситуації.</p> <p>7. Відсутня заборгованість із заробітної плати по бюджетних установах.</p>	<p>6. Висока питома вага педагогічних та медичних кадрів пенсійного віку.</p> <p>7. Низький рівень доходів населення міста.</p> <p>8. Застаріла матеріально-технічна база закладів соціальної сфери.</p> <p>9. Нерозвиненість конкурентного середовища у соціальній сфері.</p> <p>10. Відсутність комплексного підходу формування навичок здорового способу життя у населення.</p> <p>11. Знецінення моральних принципів та руйнування життєвих орієнтирів.</p> <p>12. Стрімкий ріст соціально негативних явищ.</p> <p>13. Відсутність „соціального” житла для соціально незахищених верств населення.</p> <p>14. Руйнування соціальної сфери через хронічне недофінансування галузі та через неврегульоване чинне законодавство.</p>

Фактор	Можливості	Загрози
Економічний потенціал	<ul style="list-style-type: none"> • Розвиток економічного співробітництва у рамках Єврорегіону „Дніпро”. • Розвиток ринку земель несільськогосподарського призначення (продаж земельних ділянок на конкурентних засадах (конкурс, аукціон). • Розвиток інфраструктури міста орієнтованої на туризм. • Поліпшення інфраструктури підтримки бізнесу. • Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств та освоєння нових ринків збуту. • Розвиток торговельно-сервісних комплексів 	<ul style="list-style-type: none"> • Не прогнозоване зростання вартості енергоносіїв, сировини, матеріалів та не прогнозовані зміни в податковому законодавстві. • Введення квот на ввезення і вивезення товару. • Паливно-енергетична криза. • Зміна світової кон’юнктури цін. • Криза на світових валютних ринках. Політична нестабільність.
Населення	<ul style="list-style-type: none"> • Покращення демографічної ситуації • Позитивні зміни в соціально-економічному 	<ul style="list-style-type: none"> • Збільшення частки населення пенсійного

	<p>становищі міста та підвищенні якості життя населення;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Забезпечення соціального захисту вразливих верств населення; • Зміцнення інституту сім'ї; <p>Реформування системи охорони здоров'я, поліпшенні медичного обслуговування населення.</p>	<p>віку.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зменшення кількості жителів міста. • Демографічна криза.
Соціальна сфера	<ul style="list-style-type: none"> • Оптимізація витрат бюджетних коштів на утримання закладів охорони здоров'я. • Реформування галузі (розвиток сімейної та страхової медицини). • Розвиток первинної медико-санітарної допомоги. • Залучення позабюджетних коштів на поліпшення матеріально-технічної бази установ соціальної сфери. • Залучення коштів підприємств і організацій на проведення масових культурно-мистецьких заходів. • Розширення спектру платних послуг закладів культури. • Розвиток туристичної привабливості. • Розширення географії учасників конкурсів і фестивалів. • Створення спортивно-тренувального центру міжнародного рівня. • Активна участь громадських організацій у формуванні молодіжної і сімейної політики. • Розширення питомої ваги приватного підприємництва у соціальній сфері. • Створення у місті Координаційного центру надання соціальних допомог. • Залучення позабюджетних коштів для профілактичної роботи серед молоді. 	<ul style="list-style-type: none"> • Неврегульованість чинного законодавства, хронічне недофінансування галузі. • Зниження духовно-культурного рівня молоді та погіршення здоров'я
Ринок праці	<ul style="list-style-type: none"> • Узгодження програм підготовки кадрів відповідно до потреб ринку праці; • упорядкування потоку інформації про вільні робочі місця. 	<ul style="list-style-type: none"> • Зростання рівня безробіття, у тому числі прихованого. • Відтік молоді; <p>Старіння міста (громади).</p>
Екологія	<ul style="list-style-type: none"> • Будівництво підприємства по переробці побутових та токсичних відходів. • Упорядкування території, прилеглої до р. Стрижень. • Розвиток електротранспорту; • Будівництво у місті централізованої зливової мережі з очисними спорудами. • Транспортне розвантаження центральних вулиць міста. 	<ul style="list-style-type: none"> • Техногенна загроза від Чорнобильської АЕС. • Епідемії • Забруднення підземного водоносного горизонту
Транспортно-дорожня	<ul style="list-style-type: none"> • Оновлення рухомого складу міського пасажирського транспорту • Забезпечення збалансованості тарифів на транспортні послуги. 	<ul style="list-style-type: none"> • Руйнування транспортно-дорожньої інфраструктури.

інфраструктура та зв'язок	<ul style="list-style-type: none"> • Подальший розвиток конкуренції на ринку транспортних послуг. 	
Житлово-комунальна інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> • Впровадження енергозберігаючих технологій та обладнання. • Збільшення кількості об'єднань співвласників квартир багатоповерхових будинків та створення приватних ЖЕКів • Розвиток ефективної конкуренції на ринку надання житлово-комунальних послуг. • Забезпечення збалансованості тарифів на житлово-комунальні послуги. 	<ul style="list-style-type: none"> • Техногенна катастрофа через руйнування інженерної інфраструктури. • Недосконале законодавство та податкова політика.

В результаті виконання запланованої стратегії розвитку м. Чернігів на 2007–2015 роки прогнозується досягнення таких результатів:

- Створення не менше 30 тис. нових робочих місць;
- Зростання доходів населення міста (за рахунок росту заробітної плати) – на 35%;
- Зниження рівня злочинів на 5%;
- Зниження захворюваності дітей у місті до рівня 15 500 на 10 000 тисяч населення;
- Зниження дитячої смертності до рівня 8,5 на 1000 народжених живими;
- Недопущення випадків материнської смертності;
- Зменшення кількості учнів, що займаються у II зміну до 14%;
- Збереження мережі позашкільних закладів;
- Збільшення кількості туристів на 25%;
- Збільшення надходжень до міського бюджету від сфери туристичних послуг на 25-30%;
- Оптимальне визначення рівня тарифів на житлово-комунальні послуги і як наслідок – своєчасна сплата комунальних послуг та стабільна робота ЖКГ;
- Зменшення на 3-5% втрат води та тепла при подачі їх до споживача за рахунок реконструкції магістральних та розподільчих мереж тепло та водопостачання;
- Зменшення на 10-15% споживання енергоресурсів за рахунок впровадження нових ресурсів та енергозберігаючих технологій у міському господарстві;
- Покращення якості пасажирського рухомого складу, досягнення оптимального середнього інтервалу руху пасажирського транспорту;

- Збільшення кількості та покращення якості культурно-масових та спортивних заходів;
- Забезпечення прозорості діяльності міської влади;
- Проведення моніторингу громадської думки, встановлення продуктивного діалогу органів місцевого самоврядування і громади;
- Залучення громади до управління містом;
- Підвищення якості послуг, що надаються органами місцевого самоврядування.

Створення у місті сприятливого господарського та інвестиційного клімату, відповідної ринкової інфраструктури дозволить: залучати у місто ресурси для розвитку підприємств всіх галузей промисловості;

- завершити структурну перебудову галузей економіки;
- допомагати підприємствам міста у отриманні державних замовлень та розвитку міжнародних кооперативних зв'язків;
- сприяти у просуванні на внутрішні та зовнішні ринки конкурентоспроможної продукції;
- підтримувати розвиток малого і середнього підприємництва
- дозволить відновити промисловий потенціал міста на рівні 1991 року і відповідно розширити базу оподаткування.

Зростання доходності міського бюджету дозволить зосередити фінансові ресурси на вирішенні важливих для міста соціальних проблем і проблем міського господарства, і за рахунок цього:

- забезпечити високу якість житлово-комунальних послуг за доступними цінами (в т.ч і за рахунок розвитку конкуренції у сфері надання послуг і контролю з боку споживачів);
- відремонтувати міські вулиці та автошляхи;
- впровадити систему оплати послуг по їх реальному споживанню за рахунок установки приладів обліку та контролю енергоносіїв;
- забезпечити контроль за тарифами і умовами підключення до водопровідних, газових, теплових і електричних мереж, стимулювати використання альтернативних джерел з метою зниження цін на енергоносії;
- оптимізувати соціальну сферу, покращити роботу правозахисних органів, систем освіти, охорони здоров'я, активізувати соціальну роботу серед молоді, з пенсіонерами, інвалідами, іншими групами населення, дотримуючись принципу соціальної справедливості і адресної допомоги потребуючим;

- створити сучасну систему розвитку трудових ресурсів;
- знизити рівень забруднення атмосферного повітря;
- розвинути індустріальну базу будівельного комплексу міста, забезпечити перехід до повномасштабного житлового будівництва на якісно новій основі;

- впровадити нові проекти у будівництві, провести реконструкцію старого житлового фонду, підвищити комфортабельність житла і зменшити витрати на його утримання.

На думку розробників Стратегії, визначені пріоритети та орієнтири для м.Чернігова на період з 2007 по 2015 роки дають змогу забезпечити спрямованість плану міста на сприяння виробництва, створення робочих місць і підвищення доходів, підвищити ефективність бюджетних витрат, на соціальну справедливість і допомогу малозабезпеченим.

Прийнятий Стратегічний план є дуже важливим і необхідним програмним документом, але, наряду із проведеною великою аналітичною роботою і використанням виваженої наукової методології, повне досягнення результатів не є можливим, оскільки:

- не визначено чітко пріоритетів галузевого розвитку міста, що не дозволяє встановити фахову та професійну підготовку, перекваліфікацію та перепідготовку кадрів;

- за наявних умов місто не є інвестиційно привабливим, а формування доходної частини бюджету міста є недостатнім для реалізації програми;

- створення 30 000 робочих місць (невизначеної якості і не встановленої вікової групи населення) за вісім років є недостатнім для розвитку міста;

- не спрогнозована чисельність вакантних робочих місць, в результаті досягнення пенсійного віку відповідною категорією населення;

- не спрогнозовані тенденції та міграційні потоки робочої сили;

- не спрогнозовані пріоритетні спеціальності та напрямки професійної підготовки робочої сили, що не дозволяє розвивати відповідні систему вищої та професійно-технічної освіти;

- дискусійним є питання пріоритетності розвитку туристичної галузі, що потребує притоку значних інвестицій, наявності структур, які здатні їх освоїти, та системної розробки відповідної культурно-розважальної, обслуговуючої, готельно-транспортної та кадрової

інфраструктури, що потребує більшого періоду часу для її виходу на необхідну рентабельність.

Вважаємо за доцільне розширити можливості виходу Чернігова на рівень історично-культурного перспективного міста третього тисячоліття не лише через розвиток сфери торгівлі та послуг (в тому числі і туристичних), а внаслідок

- модернізації існуючих підприємств;
- виваженого створення сучасних екологічних структуроутворюючих промислових підприємств великого і середнього бізнесу, навколо яких отримують можливість розкриття свого потенціалу і підприємства малого бізнесу;
- впровадження матеріалів, енерго та ресурсозберігаючих технологій;
- створення наукоємних робочих місць;
- формування науково-технічних комплексів із залученням науково-методичного, кадрового та студентського потенціалу вищих навчальних закладів;
- створення технопарків, техноцентрів і таке інше;
- значного підвищення якості менеджменту;
- забезпечення умов розширеного відтворення людського потенціалу та людського капіталу;
- збереження історичної спадщини міста;
- створення комфортних і безпечних умов проживання населення;
- розширення житлового будівництва та реконструкції існуючого житлового фонду;
- побудови великих концертних та спортивних комплексів;
- розбудови громадянського суспільства на рівні місцевої громади.

Список використаних джерел та літератури

1. Статистичний щорічник «Чернігівщина – 2008». – Чернігів: Головне управління статистики у Чернігівській області, 2009. – 502 с.
2. Стратегія розвитку міста Чернігів на 2007–2015 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.chernigiv-rada.gov.ua/starteg_roz_mista.php

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МІСТА

Інформаційні процеси сьогодення визначають імідж як одиницю символічного світу. Імідж несе оціночне і мотиваційне навантаження, завдяки чому може впливати на поведінку та моделювати реакцію людей. Імідж був присутній завжди, але в наш час його значення різко зростає.

В останній час постає питання про імідж цілих міст. Світовий та вітчизняний досвід показує, що керівництво певної територіальної громади, яке розуміє важливість іміджу та принципи його побудови, отримує більшу зацікавленість інвесторів.

Актуальність дослідження механізму формування і просування іміджу міста обумовлюється важливістю іміджевого підходу в управлінні містом та необхідністю змін характеру інформаційно-комунікативного впливу.

Сучасне місто розвивається як за законами відносин великих груп людей, так і за законами конкретних галузей наук – економіки, архітектури, містобудування, екології, етнографії, історії, географії, політології, культурології.

Кожен аспект життя міста, від чистоти вулиць до рішень, що приймають міські чиновники, може бути важливим та впливати на формування іміджу.

Місто представляє собою об'єкт для комплексного дослідження, але у кожній сфері може бути своє уявлення про ідеальне місто. Розподіл праці у формуванні міста та певну «соціологію міста» досліджували ще К. Маркс, М. Вебер, Е. Дюркгейм.

Оцінка сучасних праць, які присвячені теорії та практиці формування іміджу демонструє, що у дослідженнях проблеми створення образу території домінує прагматичний підхід, відповідно до якого позитивний імідж території та її успішний бренд – це, передусім, запорука матеріальних інвестицій у розвиток країни, регіону, міста [1].

Завданням статті є удосконалення теоретичних моделей формування іміджу міста, визначення основних етапів побудови та просування іміджу міста, оцінка можливих особливостей бренд-стратегії.

Україна поступово перетворюється на країну міст, за даними 2009 року 68,4% населення проживає у містах, на території країни знаходяться 459 міст, 37 з населенням від 100 до 500 тис. мешканців, 9 міст з населенням більше 500 тис., 5 з населенням понад 1 млн., крім того існує 886 селищ міського типу [3]. Це обумовлює загострення конкуренції між містами за ресурси та важливість формування іміджу міста.

Імідж міста розглядається як сукупність відчуттів та переконань людей, які виникають в результаті безпосередньої взаємодії з політичним, економічним, соціальним і культурним середовищем, що склалося у місті під впливом зовнішніх стимулів в сукупності із індивідуальними і психологічними особливостями людей [2].

Малі та середні міста також можуть забезпечити конкурентоспроможність навіть на світовому рівні, якщо зможуть створити новий імідж. Під іміджем міста також розуміють історичний образ міста, як суб'єкт соціальних відносин в системі регіону чи країни, що обумовлений національними, соціальними, культурологічними і містоутворюючими факторами, які проявляються в певних комунікативних атрибутах [6].

Україні у найближчому майбутньому буде важко зберегти статус індустріальної держави, тому необхідно переходити до інноваційної економіки та економіки знань, що висуває в свою чергу, нові вимоги до міського середовища. В такій ситуації містам України важливо знайти економічну та культурну нішу. Кожне місто може мати свою унікальну нішу та стати центром певного виду діяльності.

В наш час міста проводять значні проекти по створенню власних брендів. Якісний бренд формує платформу для посилення впливу іміджу. Для реалізації маркетингової складової, необхідно сформулювати тему, яка стане орієнтиром для різних цільових груп.

На першому етапі необхідно визначити головну ціль в стратегічному плані міста, далі необхідно провести аналіз внутрішніх і зовнішніх можливостей, забезпечити комплексне дослідження поточного стану міста. Наступний етап-забезпечення позиціонування міста. Тільки після визначення територіальних та індивідуальних особливостей міста, що включає сукупність природних, демографічних, економічних, історичних, соціальних, організаційно-правових умов, можливо формувати імідж міста.

Для проектування іміджу міста необхідно проектування бренду [4]. Яскравий бренд має базуватися на різноманітних

враженнях, як від предметів, так і від людських відносин. Бренд міста має підвищувати самооцінку жителів, сприяючи більш комфортному проживанню

Для оцінки іміджу міст розробляються певні показники. Так, журнал «The Economist» щорічно складає рейтинг найбільш придатних для життя міст, беручи до оцінки такі параметри, як рівень життя населення, соціальна стабільність, безпека, кліматичні умови, стан навколишнього середовища, розвиток інфраструктури, охорони здоров'я і культури, а також доступність товарів та послуг. Містам виставляються оцінки за 100-бальною шкалою, де найвищий бал відповідає ідеальному місту за всіма показниками.

У 2009 році місто Ванкувер отримав від експертів 98 балів із можливих 100, друге місце – Відень, далі Мельбурн, Торонто, Перт, Калгарі, Хельсінкі, Женева, Цюріх та Сідней [7].

Інший підхід передбачає використання статистичної формули, яка враховує 8 показників: придатність для життя, наявність спорту та розваг, культура, мода, рівень здоров'я, доступність до влади та грошей, відкритість людей, а також просто комфортність життя як така. Вимірюючи кореляції більш кількісних показників, складається рейтинг найкращих міст [7].

У 2009 році даний рейтинг виглядав так: Чикаго, Барселона, Сан-Франциско, Лондон, Сідней, Нью-Йорк, Берлін, Гонконг, Копенгаген, Париж. Звичайно, поточна кризова ситуація вплинула на розміщення міст в даному рейтингу: сьогодні такі критерії як вартість проживання та економічна стабільність стали більш важливими для опитуваних, ніж це було раніше. Це пояснює падіння в рейтингу мегаполісів – фінансових центрів, таких як Лондон та Нью-Йорк.

Консалтингова компанія «Mercer» презентує рейтинг найбажаніших міст у світі. Ці рейтинги складені в двох номінаціях - міст, де найзручніше жити та працювати, та міст з найкращою інфраструктурою. Тенденції вказують, що європейські міста продовжують займати перші місця в рейтингах [7].

Всього «Mercer» досліджує 215 міст з метою допомоги державним і великим приватним підприємствам обрати оптимальне розташування для своєї діяльності. Жодного українського міста в рейтинг не потрапило.

Дослідження оцінювало міста за такими критеріями:

- політична стабільність;
- кримінальна ситуація;

- ступінь цензури ЗМІ;
- банківський сервіс;
- якість медичного обслуговування і екстреної допомоги;
- стан екології;
- якість комунальних, транспортних, поштових і побутових послуг;
- доступність товарів повсякденного попиту (до яких віднесені і автомобілі);
- утримання житлового фонду;
- можливість займатися спортом і провести вільний час (якість та різноманітність ресторанів та театрів). Проте вартість житла у кожному місті до уваги не приймається. Зміни результатів рейтингу 2009/2008 представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Рейтинг найзручніших для життя та роботи міст (за основу для порівняння взято Нью-Йорк – 100 балів)

Рейтинг 2009	Рейтинг 2008	Місто	Країна	Індекс 2009	Індекс 2008
1	2	Відень	Австрія	108.6	107.9
2	1	Цюріх	Швейцарія	108,0	108,0
3	2	Женева	Швейцарія	107.9	107.9
4	4	Ванкувер	Канада	107.4	107.6
4	5	Окленд	Нова Зеландія	107.4	107.3
6	6	Дюссельдорф	Німеччина	107.2	107.2
7	7	Мюнхен	Німеччина	107,0	107,0
8	7	Франкфурт	Німеччина	106.8	107,0
9	9	Берн	Швейцарія	106.5	106.5
10	10	Сідней	Австрія	106.3	106.3

Отриманий індекс можна вважати певною узагальненою оцінкою образу міста.

В Україні рейтинги міст складають різні організації. Зокрема, Кабінет Міністрів щорічно проводить всеукраїнський конкурс «Населений пункт найкращого благоустрою і підтримки громадського порядку». Переможцями конкурсу вважаються населені пункти, які домоглися найкращих результатів за річними підсумками роботи у виконанні програми соціально-економічного розвитку населеного пункту.

Також, рейтинги соціально-економічного розвитку міст України складають: Держкомстат (рівень зайнятості, рейтинг найбільш

забруднених міст і т.д.), різні неурядові організації, засоби масової інформації та Web-портали.

У 2009 році журнал Фокус» представив третій щорічний рейтинг «55 кращих міст для життя в Україні». Очолив рейтинг Львів, до десятки лідерів також увійшли Київ, Івано-Франківськ, Чернівці, Ялта, Харків, Одеса, Іллічівськ, Сімферополь і Севастополь[8].

Рейтинг було складено на основі офіційної статистики із залученням фахівців, застосовувалися такі складові: діловий та освітній потенціал, рівень проведення культурних заходів, туристична привабливість, рівень злочинності, чистота міста, зайнятість, екологія, середня заробітна плата, доступність житла.

За даними такого рейтингу є лідери за певними категоріями: наприклад, Коломия, найбезпечніше місто для життя: тут найнижчий рівень злочинності; Ялта є лідером за розвитком міської інфраструктури; Чернігів другий рік поспіль – найчистіше місто в країні; Одеса – місто з найвищим рівнем зайнятості населення; у Маріуполі – найнижчі ціни на нерухомість (учетверо нижчі, ніж у Києві); найвищі зарплати у місті Енергодар (середня зарплата – 3303 грн.) [8].

Щодо ділової активності та інвестиційної привабливості, то на сьогодні найбільш привабливими є великі міста, переважно обласні центри, добре забезпечені робочою силою, з відносно розвинутою інфраструктурою та диверсифікованою економікою, об'ємним споживчим ринком, які можуть бути як місцем розміщення виробництва, так і ринком збуту.

Результати дослідження показують, що у більшості областей є лише одне чітко визначене місто-лідер. При цьому лідируючі позиції не завжди належать обласному центру. Традиційно високими є рейтинг та іміджеві позиції міст-супутників електростанцій, туристичних центрів (курортів), історичних міст, які тримають першість за показниками доходів місцевих бюджетів, середніх зарплат та природного приросту населення.

Отже, якщо узагальнити вище згадане то основні складові іміджу міста можливо виділити такі (рис.1).

Формування іміджу та муніципальний маркетинг стає одним із найважливіших завдання менеджерів місцевої влади, що керують ресурсами громади. З кожним роком все більше місцевих рад усвідомлює необхідність розробки плану довгострокового розвитку.

Такі процеси, як правило, розпочинаються з аналізу можливостей території та потреб учасників економічних відносин.

Сьогодні вимоги до управління системою формування іміджу підвищуються, така система має спиратися на об'єктивні закономірності і процеси, застосування наукових методів. Управління системою формування іміджу має бути не разовими заходами, а системою цілеспрямованих дій, які мають стати частиною раціонального соціального управління містом.

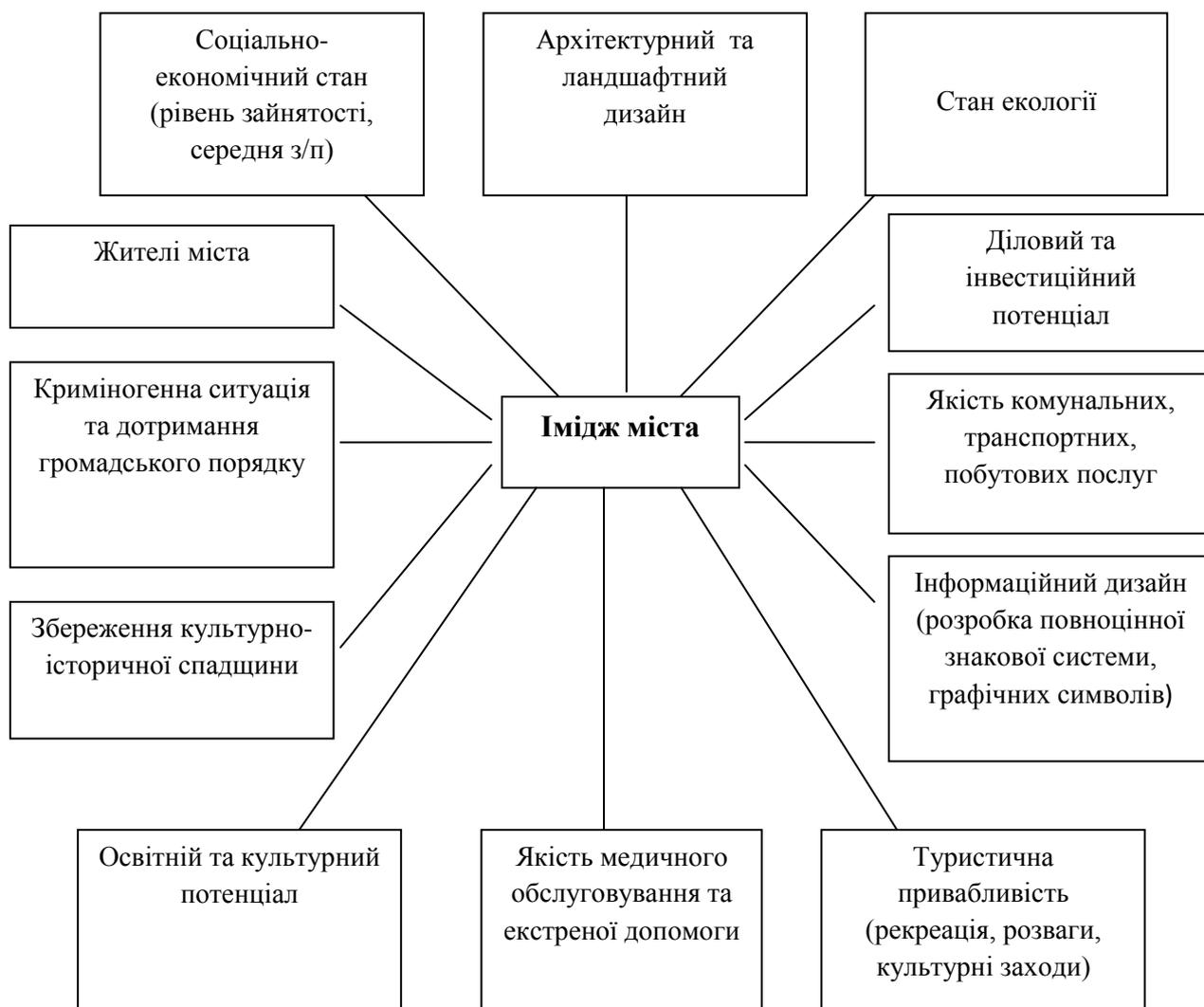


Рис.1. Основні складові іміджу міста

Під час формування іміджу дослідження думки громади є обов'язковою роботою. Але вважається, що ця робота дуже складна і потребує значних витрат (так думають навіть ті, хто усвідомив її важливість). Дійсно, ґрунтовні дослідження потребують застосування спеціальних комп'ютерних програм для обробки даних та фахових знань для аналізу результатів. Але попереднє опитування громадян

щодо проблем міста та напрямків розвитку можливо виконати досить швидко без надмірних витрат, і при цьому здобути досить репрезентативні результати.

Опитування громадян, окрім прямої мети – дізнатися їх думки щодо певних питань, має ще деякі призначення. За принципами соціального партнерства для успішного впровадження стратегічного плану розвитку будь-якого міста вирішальною є участь громади у його створенні. Суспільство має чітко представляти, що має змінитися в результаті зміни іміджу міста та зміни структури міста. Загалом, при формуванні стратегії просування іміджу можливо виділити наступні цільові аудиторії:

- постійні місцеві жителі;
- потенційні жителі міста;
- туристи;
- інвестори та ділові відвідувачі.

Типи найбільш поширених цільових ринків та стратегічні завдання при формуванні іміджу наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Типи цільових ринків та завдання при формуванні іміджу міста

	Типи цільових ринків	Завдання формування іміджу та територіального маркетингу
1.	Гості міста: туристи, ділові та приватні відвідувачі	Залучення осіб з найвищими денними видатками та на довший час
2.	Мешканці міста, потенційні жителі міста	Залучення робочої сили або певних категорій фахівців, стимулювання народжуваності
3.	Представники бізнесу, внутрішні та зовнішні інвестори	Підтримка існуючих підприємств Підтримка експортних можливостей Спрощене відкриття нових підприємств Залучення виробництв з інших місць
4.	Представники зовнішніх ринків	Створення нових робочих місць Розвиток міжнародних відносин

Специфіка формування образу міста полягає у його суб'єктивній, ідеальній природі: образ не має самостійного буття поза відносинами до своєї матеріальної основи – об'єкта відбиття. Поряд з тим, він є самостійною субстанцією, яка здатна до самовідтворення. Виходячи з вищезазначеного, образ міста можна трактувати як сукупність асоціацій, що виникають у людини при згадуванні його ім'я. Париж, Рим, Нью-Йорк, Мадрид, Прага, Токіо, Москва, Київ, Львів, Ялта – образ кожного з цих міст є унікальним та неповторним [4].

Імідж міста не формується спонтанно, а є об'єктом управління. Не підлягає сумніву, що у переліку факторів, що визначають інвестиційну привабливість та конкурентноздатність міста, не останнє місце займає його внутрішній мікроклімат, зовнішні зв'язки та привабливий імідж.

Для визначення брэнда, такого міста, як Чернігів, можливо застосувати такі елементи: Чернігів – найдавніший історичний центр Лівобережної України з великим історико-культурним потенціалом. За кількістю найвизначніших архітектурно-містобудівних пам'яток (наприклад, домонгольської доби) місто Чернігів посідає одне з перших місць на Україні.

Існуючий природно-рекреаційний потенціал є перспективним для розвитку туристичної галузі як міста, так і регіону в цілому.

Діяльність щодо формування іміджу міста може мати такі етапи: визначення переліку символів, іміджеві позиціонування, створення візуальних символів, організація символічних подій та заходів. Визначення переліку символів передбачає визначення головних символічних маркерів міста, та їх потенціал як об'єктів територіального брэндингу. Це можуть бути будинки, пам'ятники, пов'язані з історією міста; брэнди-персоналії; популярні торгові марки місцевого походження, і, власне, об'єкти, що і є реальними символами міста.

Грамотно спланований територіальний брэндинг мусить сприяти не тільки закріпленню позиції міста у вітчизняному символічному просторі, але й зміцнювати символічний капітал держави як суб'єкта міжнародних відносин.

Якісна брэнд-ідея міста примушує його мешканців відчувати, що вони належать до певної спільноти, що їх, не залежно від рівня доходів та соціального статусу, об'єднують спільні почуття, ідеї, смаки.

Слід зазначити, що в Чернігові розроблено стратегію розвитку міста на 2007-2015 роки. Серед розділів стратегічного плану розвитку міста Чернігова окремі мають певне відношення до формування іміджу. Так розділ плану «Ефективна робота галузей економіки» має оперативні цілі «Створення середовища сприятливого для розвитку підприємництва», «Створення умов для залучення інвестицій», «Розвиток туристичної галузі» [5].

Формування певних аспектів іміджу також забезпечують розділи «Актуалізація Генерального плану міста», «Забезпечення населення

якісними житлово-комунальними та транспортними послугами», «Якісні соціальні послуги та правопорядок», «Поліпшення стану навколишнього середовища та запобігання його забрудненню».

Стратегія навіть передбачає певне просування міста, є розділ «Створення системи інформування населення та отримання зворотного зв'язку». Він включає «Запровадження нових форм інформування населення», зокрема це «Єдиний день інформування», запровадження нових рубрик у ЗМІ, експрес-опитування, опитування через мережу Інтернет, соціальна реклама.

В рамках стратегії місто ухвалює окремі плани та програми, зокрема «Програму сприяння залученню інвестицій та розвитку туристичного потенціалу міста Чернігова на 2009-2010 роки».

Але окремий розділ чи навіть оперативна ціль щодо формування іміджу міста в даному документі не виділені.

Для формування, підтримки та удосконалення іміджу міста недоцільно і неможливо ігнорувати жодної складової. Слід пам'ятати і керуватися тим, що імідж – це, з одного боку, передумова ефективних комунікативних зв'язків, а з іншого-гарантія ефективного функціонування територіальної громади.

Комплекс робіт щодо формування стратегії позитивного іміджу міста, можливо представити такими етапами (рис. 2)



Рис. 2. Етапи стратегії формування іміджу міста

Виходячи із розуміння бренду як маркетингової категорії, тобто комплексу інформаційних та емоційних уявлень, що виникають у людини з приводу якого-небудь товару, послуги або дії, бренд міста є комплексом думок, відчуттів та асоціацій, які виникають у кожного, хто бачить або чує назву міста, купує товар, вироблений у цьому місті, бачить зображення його добре відомих пам'яток-символів. тощо.

Безумовно, знайомство з переліком та змістом категорій, що визначають успішність бренду міста, дає підстави стверджувати, що в Україні є міста, що відповідають означеним критеріям і потенційно можуть вигідно репрезентувати країну на міжнародній арені. Але для того, щоб реалізувати потенціал міста, бренд потрібно розглядати як певну ідеологію, інтегруючу ідею, орієнтир, як цілісне уявлення про те, яким хоче стати місто. Головна складність вироблення такої бренд-ідеї полягає в необхідності об'єднати прагнення та вимоги усіх груп міського населення.

Список використаних джерел та літератури

1. Абышева Ю.Ю. Проблема формирования имиджа города: социально-управленческий аспект: дис. кандидата социологических наук: 22.00.08 / Юлия Юрьевна Абышева. – Н. Новгород, 2005. – 173 с.
2. Гордеева Т.Н. Управление системой формирования имиджа города : автореф. дис. кандидата социологических наук : 22.00.08 / Гордеева Татьяна Николаевна. – Чита, 2008. – 16 с.
3. Кількість наявного та постійного населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Мамонтова Е.В. Символічний капітал міста як основа територіального брендингу (досвід Одеси) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.library.oridu.odessa.ua/library.exe>
5. Стратегія розвитку міста Чернігів на 2007-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.chernigiv-rada.gov.ua/starteg_roz_mista.php
6. Чикаренко І.А. Формування проектно-орієнтованої системи стратегічного управління розвитком міста : автореф. дис. канд. наук: 25.00.04 / І.А. Чикаренко. – К., – 2007. – 15 с.
7. The Economist: щорічний рейтинг найбільш придатних для життя міст [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://>

placeid.com.ua/world/the-economist-schorichnyj-rejtynh-najbilsh -
prydatnyh-dlya-zhyttya-mist

8. 55 лучших городов для жизни в Украине [Електронний ресурс]. –
Режим доступу: <http://focus.ua/charts/43971>

*П.Ф. Коваль
Г.П. Андреева*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В ІСТОРИЧНИХ МІСТАХ

В нинішньому динамічному світі туризм, як явище багатогранне і таке, що відповідає вимогам сучасної людини з її активною життєвою позицією, вимагає розширення його географії. Однією із функцій туризму є пізнавальна, тобто задоволення потреби людини в отриманні нової інформації. Саме тому туристи досить часто обирають подорожі до місць з багатою історією. Наявність в цих місцях належної інфраструктури робить їх центром туризму (за визначенням І.В. Зоріна, центр туризму – це місто, місцевість або об'єкт, де на базі рекреаційних ресурсів створено комплекс туристично-екскурсійного обслуговування [4, с. 22]).

Метою статті є висвітлення ряду проблем щодо розвитку туризму в історичних містах України, а також пропозиція шляхів їх вирішення.

В світі велика кількість історичних міст, багато із них є туристичними центрами (місцевістю, яка приваблює туристів в силу наявності специфічних рекреаційних ресурсів, зручностей транспортно-географічного положення та доступної для туриста інформації про нього [4, с. 22]). В 1994 р. було створено Лігу історичних міст світу, до якої на даний момент входить 85 членів, серед яких такі відомі туристичні центри як Вена, Рим, Париж, Прага, Бостон, Амстердам, Брюссель, Афіни, Барселона, Будапешт, Єрусалим і т.д., їх кількість постійно зростає. Ліга розробляє та реалізує програми в області культури, історії, мистецтва, науки, екології. Метою організації є сприяння розвитку різноманітних культур, творчих процесів, інновацій, збереженню та реконструкції історичного та культурного здобутку міст-учасників. Серед українських історичних міст в цю лігу ввійшло лише одне м. Одеса.

Своє історичне надбання кожна країна намагається оберігати. Враховуючи, що територія України заселена з давніх-давен, то не дивно, що держава приймає заходи щодо здійснення охорони історико-культурних цінностей. Саме з цією метою було створено «Перелік історичних населених місць» і прийнято ряд нормативних актів, що регулюють відносини різних рівнів на цих територіях.

В Україні зареєстровано 402 історичних населених місця, серед яких 258 (64%) саме міста [8].

Історичним називається місто, яке зберегло повністю або частково свій історичний ареал з об'єктами культурної спадщини і пов'язані з ними розпланування та форму забудови, типові для певних культур або періодів розвитку, та занесене до «Списку історичних населених місць». Для занесення населеного місця до даного списку воно повинне відповідати щонайменше двом з таких критеріїв:

- наявність історичних, архітектурних, ландшафтних та садово-паркових об'єктів культурної спадщини, які мають містоутворювальне значення;
- розпланування відповідно до минулих історичних епох (до початку ХХ ст.);
- збереження основних композиційних центрів та композиційних осей населених місць;
- наявність рядової історичної забудови [7].

Статус історичного, звісно, може давати певні „плюси» для атрактивності, однак, ще більше він покладає відповідальність на місцеві органи влади. Оскільки, саме вони зобов'язані видавати кошти на підтримку фізичного стану пам'яток і саме вони повинні забезпечувати дотримання всіх обмежень щодо будівництва, реставрації, налагодження відносин із власниками об'єктів і т.д.

В той же час отримати дохід від вкладених у пам'ятки кошти не так вже й легко. По суті, єдиною можливістю повернути витрачені «на історію» кошти до бюджету є туризм.

Для створення в історичному місті туристичного центру необхідне виконання наступних умов:

- доступність для туристів пам'яток історії, культури та архітектури;
- підтримка об'єктів показу в належному стані, тобто охорона пам'яток;
- наявність туристичної інфраструктури;
- вільний доступ інформації про місто для туриста.

Кожний із зазначених факторів супроводжує ряд проблем, які так чи інакше зустрічається у всіх історичних містах України.

Доступність для туристів може мати наступні проблеми:

– перебування об'єкту у приватній власності і неналежне ставлення до неї власника (власниками можуть виступати приватні підприємства, культові організації тощо);

– фізична недоступність-відсутність доріг, захаращеність шляхів, паркани на шляху і т.д.

Підтримка об'єктів показу в належному стані, тобто охорона пам'яток. Згідно Закону України «Про охорону культурної спадщини», органи охорони культурної спадщини забезпечують по можливості вільний доступ до пам'яток з метою їх екскурсійного відвідування, якщо вони вважаються придатними для цього. Власник пам'ятки або уповноважений ним орган, особа, яка набула права володіння, користування чи управління, зобов'язані за погодженням з органами охорони культурної спадщини організувати такий доступ. Порядок цього доступу встановлюється охоронними договорами [3].

Однак, виконанню вимог нормативних актів, як правило, заважає відсутність коштів та інші організаційні труднощі, а також проблеми пов'язані з початком незворотних руйнівних процесів і, відповідно, фізичній неможливості реставрації або відновлення об'єкту показу.

Наявність туристичної та побутової інфраструктури.

Даний фактор є, напевно, одним і з найважливіших. Він включає наступне: транспорт, розміщення, розваги, харчування та сектор побутових послуг (фінансові, ремонтні послуги, зв'язок та інші).

Кожний із секторів має свої невирішені питання. Наприклад, якість транспортної мережі, як відомо є загальнонаціональною проблемою, вирішення якої покладено на державу і є дуже довготривалим проектом. До показників якості транспортного сектору можна віднести: якість автошляхів, наявність мережі як автошляхів так і залізниці, комфортабельність сучасного автопарку, особливо громадського, його технічний стан. Дуже важливим є безпека на дорозі, яка на даний момент одна із найгірших в Європі. Ще в 2007 році Україна була серед лідерів у Європі за числом загиблих в аваріях. Смертність на автошляхах була в середньому в 7 разів більша, ніж, наприклад, в Австрії та Німеччині. В 2008 році за смертністю на дорогах Україна посіла четверте місце серед країн

Європи [5]. Україна багата на водні шляхи, але водний транспорт застарілий.

Багато міст взагалі знаходяться далеко від аеропортів, залізниці, водних шляхів і єдиним засобом доставки туристів до місця може бути автотранспорт. Загальна довжина автодоріг в Україні становить близько 170 тис. км, у тому числі з твердим покриттям – понад 97%. Проте, ці дороги не відповідають європейським стандартам за багатьма критеріями: можливою швидкістю пересування, необхідною кількістю пунктів технічної та медичної допомоги, харчування та відпочинку, заправки паливом, телефонного зв'язку, туалетів. Лише 2,5 тис. км доріг державного значення побудовані за параметрами 1 категорії, яка передбачає наявність чотирьох і більше смуг руху та пересування на високій швидкості. Українські швидкісні дороги облаштовані лише 613 майданчиками для відпочинку, 91 криницею з питною водою та 304 туалетами [9; 6].

Таким чином, подорожі Україною є досить небезпечними, а отже, неконкурентоспроможними на міжнародному туристичному ринку.

Проблемою є також забезпечення населення місцевим громадським транспортом, який повинен сполучати міську інфраструктуру та об'єкти показу як в місті, так і в передмісті.

Розміщення є найбільш незаповненим сектором. В Україні дуже мала частка високоякісних послуг проживання. При цьому всі високозіркові готельні підприємства будуються у великих містах, оскільки ті виступають активним центром ділового туризму, чим і приваблюють готельєрів. Для будівництва ж 4-х-5-тизіркового готелю у середньому чи тим більше малому місті з низькою відвідуваністю для інвесторів не є привабливим, оскільки передбачає дуже довготривалу окупність проекту.

Сектор розваг, до якого в тому числі відносять і екскурсійні послуги, є основним для розвитку туризму у містах, які позиціонують себе як історичні. Окрім того даний сектор передбачає створення умов для урізноманітнення варіативної частини туру, що підвищує конкурентоспроможність туристичного продукту. Слід зазначити, що дана складова у містах, як правило, достатньо розвинута, оскільки користується попитом у місцевого населення, але у невеликих містах характеризується низькою якістю та однотипністю, якщо дане місто не є туристичним центром.

З сектором харчування, так само, як і з сектором побутових послуг, ситуація не на стільки складна – дані послуги не є специфічними туристичними (обсяг їх реалізації не залежить від кількості туристів), тому вони не впливають на рішення туриста їхати чи ні, але є складовими загального комфорту і разом з усіма іншими послугами створюють певний рівень психологічного комфорту туриста. Тобто підсилюють позитивні чи негативні враження від подорожі. Таким чином, їх відсутність може вплинути на повторне відвідання міста, а також на передачу вражень туристом своїм родичам та знайомим.

Доступність інформації про місто.

Останнім часом дуже часто стали висувати саме цю складову на перший план, вважаючи, що поінформованість туристів збільшить турпотік без докладання інших зусиль. Практика показала, що за допомогою рекламно-інформаційної діяльності можна привабити екскурсанта, який інвестує гроші лише у вхідні квитки до музеїв і, можливо, в громадське харчування та сувеніри. Згідно досліджень Всесвітньої туристичної організації ці витрати можуть сягати 20% всіх витрат туриста. В той час як 80% займають оплата транспортування та проживання, тобто витрати на туристичну інфраструктуру. Однак, не слід і недооцінювати, необхідність надання інформації, оскільки турист, взагалі, може не дізнатися про наявність ні самого міста, ні тим більше про його можливості. Звичайно, не потрібно забувати про те що туризм – це, не лише можливі «заробітки», а й можливі серйозні проблеми, такі як злочинність, наркоманія, негативне відношення громади і т.д., і важко змоделювати, чого буде більше.

Наприклад, Чернігівська область єдина в державі, в якій знаходиться третина історико-архітектурних пам'яток домонгольського періоду, що збереглися в Україні. Більшість із них розташована в обласному центрі, де зосереджені також найцінніші пам'ятки історії, архітектури, культури. За твердженням фахівців управління інвестицій і туризму Чернігівської міської ради, кількість туристів і екскурсантів, які відвідали місто у 2008 році, склала більш ніж півмільйона осіб. А загальна сума податків, сплачених до місцевого бюджету музейними установами та готельними господарствами обласного центру майже впритул наблизилася до цифри в мільйон гривень [10]. В той же час за даними Головного статистичного управління Чернігівської області в 2007 році в сфері

туризму працювало 166 осіб [2], на більш ніж 1млн. населення. На території області в 2008 році зареєстровано 65 підприємств розміщення, серед яких найбільшу категорію (4 зірки) має лише один готель, кількість обслуговуваних ними (взагалі і в тому числі туристів) склала 108,4 тис. осіб. При цьому в'їзних (іноземних та внутрішніх) туристів зафіксовано в області 28,5 тис. осіб. Кількість екскурсантів, які відвідали область майже така ж як туристів – 24,4 тис. осіб за 2008 рік.

На розвиток діяльності готелів та ресторанів 2007 року спрямовано 15 млн. грн. інвестицій в основний капітал (54% – на готелі) [0]. Тож, навіть, при таких оптимістичних прогнозах, як дохід від сфери туризму в розмірі один мільйон грн. на рік не робить цю сферу привабливою для інвесторів.

Отже, можна зробити наступні висновки: наявність історичних туристичних ресурсів не завжди робить населений пункт туристичним центром;

- для того щоб історичний пізнавальний туризм був вигідним для громади потрібні серйозні розрахунки фахівців;
- потрібна зацікавленість значної кількості населення;
- практика показує, що прибутковою сфера туризму є тільки тоді, коли задіяні всі можливі види послуг.

Список використаних джерел та літератури

1. Головне управління статистики у Чернігівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chernigivstat.gov.ua/statdani/Turizm/Tur2.htm>
2. Економічна доповідь «Туристична діяльність в Чернігівській області» // Головне управління статистики у Чернігівській області – Ч.2008 30.07.08 №/05–2–04.
3. Закон України «Про охорону культурної спадщини» № 39 від 8.06.2000 р.// Відомості Верховної Ради (ВВР), 2000, № 39, ст. 333
4. Менеджмент туризму: Туризм и отраслевые системы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.: ил.
5. Нові штрафи і безпека на дорогах: їзда по–українськи// Українська правда Життя [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/problem/4afbd0cb5bf2f/> — 12.11.2009 р.
6. Огляд Державної програми розвитку дорожнього сектору України. – К.: Державна служба автодоріг України. – 2006.

7. Порядок визнання населеного місця історичним, затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 3.07.2006 р. № 909.
8. Список історичних населених місць України (міста і селища міського типу), затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 26.07.2001 р. № 878.
9. Туризм в Україні. – К.: Держкомстат, 2008, – 250 с.
10. Чернігів туристичний: дві точки зору на майбутній розвиток // Газета «Чернігівські відомості». – 2009. – 27 травня.

С.Л. Лаєвський

ЧЕРНІГІВСЬКІ МУЗЕЇ, АБО ЧЕРНІГІВ – МІСТО-МУЗЕЙ

Розвиток будь-якої території зумовлений наявністю відповідних чинників: соціально-економічного, демографічного, екологічного. До цього можна додати винятковість історичної та культурної спадщини, а також географічну близькість до столиці України. Саме вони, на мою думку, впливають як на прогресивні, так і на регресивні процеси. Знання цих особливостей та вміле використання тих, що орієнтовані на прогрес, безумовно, сприятиме поступовому розвитку регіону.

З огляду на економічний потенціал Чернігова важко вбачати в ньому майбутнє міста. Отже, інвестиційна привабливість напевно пов'язуватиметься з іншим.

Багатовікова історія Чернігова представлена в архітектурних пам'ятках та музеях. Саме вони та порівняно невелика відстань між Києвом та Черніговом, приваблюють туристів. В місті розташовані п'ять храмів домонгольського періоду, в тому числі, Спаський собор, що датується першою третиною XI ст., та десятки пам'яток XVII-XIX ст., які представляють більшість напрямів та стилів в архітектурі України. Діють вісім музеїв, серед яких історичний імені Василя Тарновського та військово-історичний, будинок-музей Михайла Коцюбинського та експозиція, що репрезентує творчість письменника, художній музей та постійно діючі виставки національного заповідника «Чернігів стародавній». Широко відомі чернігівські печери. Крім того, у трьох виставкових комплексах демонструються витвори сучасного мистецтва. Багато це, чи мало?

З огляду на сьогоднішній день може здатися, що музейних закладів вистачає. Черги до них не стоять. Але, якщо думати на

майбутнє, то Чернігів можна перетворити на місто-музей. В ньому знайдуть відображення окремі сторінки історії, особи, життя яких пов'язане з містом, події, які були для Чернігова, та й не тільки, визначальними.

Так, у Чернігові немає жодного музею, де була б більш-менш повно представлена історія міста, окрім трьох невеликих залів історичного музею імені В.В.Тарновського та одного залу заповідника «Чернігів стародавній». Цього явно замало для 13-ти століть. Чернігів може пишатися своєю друкарнею, вік якої понад 300 років, але Музею чернігівського друкарства немає. Місто відіграло велику роль у розвитку українського музичного мистецтва, але цьому присвячений лише невеликий за розміром музей у музичному училищі імені Л.Ревуцького. Крім того, з Чернігівщиною пов'язана історія підкорення космосу, проте з цим періодом можна ознайомитися фрагментарно в історичному музеї та, якщо пощастить, у залишках музею льотного училища. Археологами частково або повністю досліджені фундаменти шести храмів XII ст., але всі вони знову опинилися під землею і жодних позначок про їхню наявність, на жаль, не побачиш. Не слід забувати й приватні колекції, які можуть стати окремими музеями. Цей перелік можна продовжувати.

Створення будь-якого музею передбачає декілька основних складових. А саме: наявність колекції, кадрів, приміщення. Колекції історичного музею імені Василя Тарновського можуть стати окремими музеями-філіалами, так само, як і зібрання національного заповідника «Чернігів стародавній». Кадровий потенціал можуть забезпечити випускники Чернігівського національного педагогічного університету ім. Т.Г. Шевченка.

Причина відсутності таких значимих для міста музейних комплексів банальна: нема приміщень, а влада пасивна щодо вирішення цього питання.

Сьогодні відвідування Чернігова є суто екскурсійним, тобто ознайомлення з історією та пам'ятками триває 1 день. Чи хочемо ми перетворити екскурсантів на туристів?

На мою думку відповідь має бути однозначною. Так. Що для цього потрібно? Бажання влади не тільки на словах підтримувати ідею перетворення Чернігова на місто-музей.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИВАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Розглядається стан та рух основних фондів промислових підприємств України та Чернігівської області. Досліджується динаміка та джерела фінансування інвестицій в основний капітал підприємств промисловості України та Чернігівського регіону. За результатами проведеного дослідження пропонуються заходи щодо активізації інвестиційної діяльності промисловими підприємствами.

Промисловість є однією з основних галузей народного господарства України. Серед важливих питань підтримки цієї галузі на належному конкурентоздатному рівні у світовій ринковій економіці стоїть питання фінансування відтворення основного капіталу підприємств промисловості.

Стан та відновлення основних фондів промислових підприємств завжди викликають особливу увагу зі сторони вітчизняних економістів з огляду на те, що вони є основою економічного потенціалу нашої держави. Цій проблематиці присвячували свої наукові роботи М.П. Бутко, О.В. Васюренко, В.М. Геєць, А.А. Пересада, В.П. Семиноженко, А.А. Чухно та багато інших.

Метою дослідження є аналіз стану та фінансування відтворення основного капіталу підприємств промисловості України та Чернігівського регіону.

Розширене відтворення передбачає нарощування засобів виробництва, що безпосередньо пов'язано із розширенням матеріально-технічної бази виробництва. Тому, перш за все, необхідно провести аналіз вартості та стану основного капіталу промислових підприємств.

Загальний стан вартості основних фондів підприємств промисловості України та Чернігівського регіону відображено у таблиці 1.

Таблиця 1.

Динаміка вартості основних фондів промисловості в Україні та Чернігівській області у 2000–2008 роках

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ОФ промисловості України, млн. грн.	2853 28	3110 89	33925 9	362598	42008 0	45673 8	525222	660369	823796

Темп росту вартості ОФ до попереднього року, %	—	109,0	109,0	106,8	115,8	108,7	114,9	125,7	124,7
ОФ промисловості Чернігівщини, млн. грн.	4327	11440	11464	11562	11822	12351	13000	13685	14674
Темп росту вартості ОФ до попереднього року, %	—	264,3	100,2	100,8	102,2	104,4	105,2	105,2	107,2
Питома вага ОФ промисловості Чернігівщини у загальній вартості ОФ промисловості України, %	1,5	3,6	3,3	3,1	2,8	2,7	2,4	2,0	1,7

З наведених даних видно, що промисловість України, щорічно нарощує обсяги використуваних основних фондів. Високі темпи збільшення вартості основного капіталу промисловості України відбулися у 2006–2008 роках, коли приріст склав з 14,9% до 24,7%.

Звертаючи увагу на вартість основних фондів підприємств промисловості Чернігівщини, необхідно відмітити, що окрім 2001 р. темп росту цієї вартості завжди були нижчі ніж в цілому по Україні. Така тенденція вплинула на поступове скорочення питомої ваги вартості основного капіталу промислової діяльності Чернігівської області у загальній їх вартості промислових підприємств України. Це свідчить про уповільненість оновлення і невідповідність технічної оснащеності промислової галузі регіону порівняно із загальноекономічними тенденціями.

На рисунку 1 відображено ступінь зносу основних фондів в економіці та на підприємствах промисловості Чернігівської області, з якого видно, що у промисловості основний капітал знаходиться в гіршому стані, ніж в середньому по регіону.

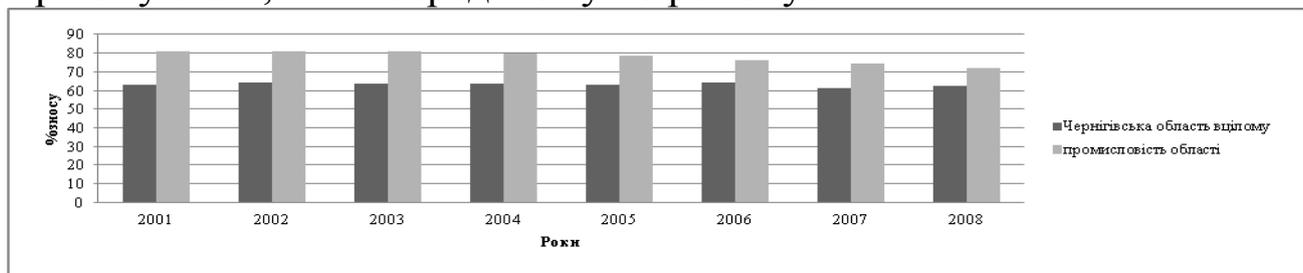


Рис. 1. Ступінь зносу основних фондів в економіці та на підприємствах промисловості Чернігівської області у 2001-2008 роках

Також необхідно звернути увагу на те, що ступінь зношеності основних фондів промисловості Чернігівщини значно вищий, ніж в Україні. Для порівняння: знос основного капіталу промислових підприємств держави склав у 2005 р. – 57,9% , у 2006 р. – 58,6%, у 2007 р. – 67,6%, а знос таких же активів у промисловості Чернігівської області – 2005 р. – 79,6% , у 2006 р. – 77,3%, у 2007 р. – 75,6%, у 2008 р. – 73,4%. Така статистика повинна змусити замислитись провідних економістів регіону та фахівців на місцях про необхідність проведення активної інвестиційної політики на основі передових технологій та наукових розробок.

У таблиці 2 наведено порівняльні дані індексів інвестицій в основний капітал по всій економіці та промисловості України і Чернігівського регіону за останні вісім років. Як видно з таблиці, темпи освоєння інвестицій у відновлення основного капіталу і в регіоні, і у промисловості Чернігівщини, зокрема, були нижчими за темпи в середньому по Україні. Виключенням стали тільки 2003 та 2007 роки, що іще раз підтверджує про можливий, але не використовуваний інвестиційний потенціал економіки Чернігівської області.

Таблиця 2

Порівняльна таблиця індексів інвестицій в основний капітал до попереднього року у всій економіці та промисловості України і Чернігівського регіону 2001-2008 років

Роки	Економіка в цілому		Промисловість	
	України	Чернігівського регіону	України	Чернігівського регіону
2001	120,8	117,1	113,3	107,2
2002	108,9	101,5	106,0	112,1
2003	131,3	134,7	124,6	126,5
2004	128,0	121,4	124,9	100,5
2005	101,9	96,9	104,1	101,3
2006	119,0	102,6	115,3	94,3
2007	129,8	139,0	127,0	146,7
2008	97,4	101,4	94,7	87,0

Також дані таблиці 2 демонструють загальне пожвавлення інвестиційної політики у 2007 році в народному господарстві України та на Чернігівщині, що пов'язано із загальним економічним підйомом та потужним вливанням кредитних коштів в інвестиційний процес. Однак, всесвітня фінансова криза 2008 року внесла свої

корективи і відбилася на показниках інвестиційної активності суб'єктів господарювання нашої держави і підприємствах промисловості, зокрема. Такого скорочення освоєння інвестицій в основний капітал промисловими підприємствами Чернігівської області у новому столітті ще не відбувалося.

Аналіз джерел інвестицій в основний капітал в Україні дозволяє стверджувати про поступове нарощення залучення кредитних коштів ще з 2005 року, коли питома вага інвестиційних кредитних ресурсів зросла за один рік майже вдвічі: з 7,6% у 2004 р. до 14,8% у 2005 році, а за абсолютними обсягами в 2,4 рази (з 5,7 млрд. грн. до 13,7 млрд. грн.). До 2008 року питома вага цього джерела досягла 17,3%. В масштабах Чернігівської області питома вага інвестиційних кредитних ресурсів зросла з 6,4% у 2004 році до 18,6% у 2008 році, тобто ще більш швидкими темпами. І, хоча за всі роки найбільші вливання коштів у відтворення основного капіталу здійснювалось за рахунок власних коштів господарюючих суб'єктів, що відповідає загальним нормативам фінансування капіталовкладень, однак, захоплення кредитними коштами в умовах кризи болісно позначилось на інвестиційному процесі.

Зрозуміло, що лише виважена інвестиційна політика здатна підняти промисловість області з економічної прірви. Але в умовах фінансової кризи важливо дуже уважно підходити до вибору інвестиційних напрямків, обираючи низьковитратні та швидкоокупні проекти з особливим звертанням уваги інноваційним впровадженням. Вирішення фінансових проблем інноваційно-інвестиційного розвитку промисловості області можливе на ефективному функціонуванні механізму взаємодії промислових підприємств з наукою, який повинен будуватися на економічних, інформаційних та організаційних основах.

Н.В. Мужикова

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРАВОТВОРЧОСТІ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СУСПІЛЬНИЙ РОЗВИТОК ЧЕРНІГІВЩИНИ, КРІЗЬ ПРИЗМУ ДІЯЛЬНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ СТРУКТУР

Ця стаття є спробою висвітлити окремі аспекти правотворчості, що впливають на суспільний розвиток Чернігівщини крізь призму діяльності управлінських структур та аналіз чинного законодавства.

У статті розглядаються наявні прогалини у взаємодії органів влади та самоврядування, що виникають у ході здійснення ними правотворчості (як між собою, так і на рівні виконавської вертикалі та/або всередині органу), і робиться спроба попереднього аналізу впливу вказаних прогалин на управління суспільним розвитком. Окрему увагу автор зосереджує на правових підвалинах, що забезпечують таку діяльність, аналізуючи перспективність зазначеного регулювання, його сильні і слабкі сторони, дає пропозиції щодо його покращення. Особливу увагу автор приділяє проблемам недосконалості юридичних процедур, які супроводжують прийняття абсолютної більшості управлінських рішень у ході здійснення правотворчості на території регіону та в контексті взаємовідносин «влада – місцеве самоврядування».

Органи влади на місцях, а також органи місцевого самоврядування виконують не лише очевидні функції управління, пов'язані з поточною діяльністю і процесами на території, але й здійснюють управління її розвитком. Незважаючи на всю важливість поточного управління, функція керування соціально-економічним розвитком набуває дедалі більшої значущості. Без стратегічного регулювання з боку держави безсистемна діяльність суб'єктів господарювання в кращому разі здатна забезпечити стихійний, незбалансований, нестійкий розвиток, результати якого, ймовірно, сучасне суспільство не задовольняє. Тому відповідні органи державного управління на всіх рівнях повинні проводити системне регулювання регіонального розвитку: цілеспрямовано створювати за допомогою наявних економічних, адміністративних, інформаційних, правових механізмів вплив на умови, пріоритети та обмеження розвитку певних територіальних утворень з метою відтворення потенціалу соціально-економічної системи території. Органи державної влади повинні сприяти створенню нових виробництв на території регіону з метою зміцнення свого економічного потенціалу, збільшення бази оподаткування і появи нових робочих місць. Як фізичні, так і юридичні особи в своєму житті та діяльності свідомо чи несвідомо керуються певними правилами. Ці правила різноманітні як за змістом, так і за способами виникнення. Без існування правил, що регулюють поведінку людей, було б неможливе існування суспільства.

Мистецтво керувати державою та суспільством називається політикою (від грец. та πολιτικά) [5]. Призначення політики полягає в тому, що вона:

- є інструментом реалізації владно значущих інтересів соціальних груп;
- покликана забезпечувати урегульованість і порядок соціальних процесів і відносин, умов матеріального суспільного виробництва і сумісної праці;
- забезпечує як спадкоємність, так й інноваційність суспільного розвитку. Інновація проявляється в обґрунтуванні і реалізації нових моделей розвитку;
- необхідна для того, щоб раціоналізувати суспільні відносини, залагодити соціальні протиріччя і направити ситуацію на пошук зважених рішень [11, с. 64-79]. Таким чином, політика покликана забезпечити стабільність керування процесами, що відбуваються у суспільстві.

Управління являє собою процес упорядкованого впливу на систему, який здійснюється у відповідності із властивою їй внутрішньою логікою розвитку, притаманними їй об'єктивними закономірностями, і протистоїть дезорганізації [8, с. 5-6]. Управління буває стихійним і свідомим, таким, що носить цілеспрямований характер. Отже, суспільство – система, відносини в якій часто потребують цілеспрямованого впорядкування, упорядкування, що здійснюється суб'єктами політики.

Переважає більшість вітчизняних науковців, які займаються вивченням різних напрямів науки державного управління (В.Б. Авер'янов, С.С. Алексєєв, В.А. Скуратівський, В.В. Тертичка та ін.) одностайні в тому, що основним суб'єктом політики є держава, яка найчастіше розглядається або ж як апарат керування суспільством сукупність державних установ, або ж як особливий спосіб організації політико-територіальної (політико-правової) влади в суспільстві. Тобто діяльність державних інституцій має бути зорієнтована на розв'язання проблеми чи сукупності проблем, які ґрунтуються на суспільних цінностях. Власне це і є одним з основних завдань діяльності держави. Як зазначають В.В. Тертичка та В.А. Ребкало, результати політики містять законодавчі акти, укази, постанови, юридичні рішення тощо, що має своїм наслідком конституювання державної політики. Сюди також належать відповідні програми й

послуги з боку державних органів, спрямовані на вирішення суспільних проблем [9, с. 15].

Як стверджують В.С. Ковальський і І.П. Козінцев, від часу виникнення правового регулювання, громадяни свідомо чи несвідомо, але постійно виконують певні правові ролі, дотримуючись або пристосовуючись до певних вимог, дозволів або заборон. Цими правовими ролями є суспільна необхідність, обов'язковість та виконуваність юридичних приписів, а також настання усіх тих наслідків, які мають бути при невиконанні певних регулювань або порушенні правового порядку [4, с. 13].

Таким чином, держава в особі уповноважених органів (апарату держави), здійснюючи основне своє призначення – керування суспільством задля вирішення проблем, приймає відповідні рішення, а фактично – правила поведінки. Правило поведінки загального характеру, що встановлене (санкціоноване) державою, яке забезпечується її цілеспрямованою діяльністю, в теорії держави і права називають нормою права. Саме норма права є первинним елементом системи права.

У своїй відомій праці «Метаморфози влади» Алвін Тоффлер писав: «Увесь світ бізнесу, і капіталістичний, і соціалістичний, залежить від закону. За кожним контрактом, кожним борговим зобов'язанням, кожною заставною, кожною спільною операцією, будь-якою страховою політикою, будь-яким дебетом або кредитом у загальному підсумку стоїть сила закону» [10, с. 63]. Тоффлер розглядає закон як інструмент насильства в руках держави, в руках влади.

Таким чином, немає сумніву, що створення законів (у широкому розумінні цього поняття) – правотворчість – є частиною управлінської діяльності держави, адже саме завдяки правотворчості створюються загальнообов'язкові правила поведінки, що справляють вплив на суспільні відносини.

Правотворчість – функція держави. Власне, це одна з форм державного управління, форм діяльності держави в особі компетентних органів, які уповноважені (у передбачених законом випадках) готувати, видавати або вдосконалювати нормативно-правові акти.

Здійснюючи правотворчу діяльність, обласна державна адміністрація повинна діяти у межах, встановлених Конституцією та законами України. Прийняття актів місцевих державних

адміністрацій-вторинний процес. Шляхом прийняття цих актів здебільшого реалізується право, виражене в законах. Але на практиці часто зустрічаються приклади того, як у підзаконних актах формулюються первісні норми права, що не мають своєї основи в законі. Щодо первісних норм (виходячи з того, що первісна норма – це встановлене державною правило поведінки, яке безпосередньо врегульовує ті чи інші суспільні відносини) – погоджуємося з думкою, що в нормальних умовах така практика є небажаною, оскільки відшукати право і сформулювати його належним чином вбачається за можливе лише в ході парламентської процедури, в межах оптимально організованого законотворчого процесу [6, с. 331]. Разом з тим, певні суспільні відносини можна врегулювати лише з урахуванням місцевих особливостей (наприклад, встановлення відповідних цін і тарифів у регіонах, встановлення правил, що регламентують порядок проведення конкурсу на здійснення пасажирських перевезень автомобільним транспортом тощо).

Правотворчість можуть здійснювати український народ (шляхом всеукраїнського та місцевого референдумів), місцеві громади (на зборах, сходах або через обрані ними органи). Саме завдяки такій діяльності правова система підтримується в активному стані, запроваджуються, змінюються чи скасовуються правові норми.

У правотворчості України головну роль відіграє законодавчий орган держави – Верховна Рада. Вона має монопольну законотворчу компетенцію, тобто виключне право на прийняття законів і коло повноважень щодо їх прийняття, передбачені Конституцією та законами України, її законотворчість – провідна частина правотворчості й основної конституційно-правової форми прийняття законів державою. Здійснюючи власну правотворчість, місцеві державні адміністрації обов'язково повинні враховувати вимоги законів України. Звичайно, місцеві держадміністрації не здійснюють законодавчу діяльність. Разом з тим, на наш погляд, можна стверджувати, що вони можуть і повинні відігравати значну роль у процесі правотворчості. Адже місцева державна адміністрація – елемент органів виконавчої влади на місцях, що, власне, й впливає з одного з принципів правотворчості. І якщо ми говоримо, що право – річ об'єктивна, то хто ж як не місцеві органи виконавчої влади повинні першими помічати початок формування об'єктивних передумов права та подавати пропозиції у встановленому порядку

(наприклад, шляхом звернення до Кабінету Міністрів України або ж через народних депутатів України) законодавцеві щодо їх законодавчого закріплення?

Саме місцеві органи виконавчої влади мають бути першими, хто виходить з ініціативою про необхідність внесення змін чи доповнень або про втрату чинності законодавчими актами.

Згідно з чинним законодавством, обласні державні адміністрації мають таку можливість, хоч і не є суб'єктом законодавчої ініціативи. Цю можливість вони реалізують у порядку, визначеному Регламентом Кабінету Міністрів України, що затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 18 липня 2007 року № 950 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 8 липня 2009 року № 712), де зазначено: «Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації подають у разі необхідності пропозиції щодо формування планів законопроектних робіт центральним органам виконавчої влади, до компетенції яких належить питання, що передбачається врегулювати» [2, с. 41].

Підзаконна правотворча діяльність – це діяльність, пов'язана з підготуванням і прийняттям підзаконних актів (підзаконна правотворчість) [7, с. 334].

Правотворчість інших державних органів України (а правотворчістю займаються практично всі державні органи) здійснюється на підставі і відповідно до чинних законів, прийнятих Верховною Радою.

Уже стверджувалося, що юридична чинність прийнятих державними органами нормативно-правових актів залежить від рівня й обсягу їхніх повноважень, які визначаються їх місцем у системі органів держави та державного управління (Президент, Кабінет Міністрів, міністерства, відомства, голови державних адміністрацій на місцях, органи місцевого самоврядування тощо).

Для місцевих державних адміністрацій властивим є виконання функцій делегованої правотворчості, головними ознаками якої є:

– Делегована правотворчість полягає в попередньому дозволі органу держави іншому органу (або організації) видавати нормативно-правові акти з регулювання відносин, що входять до предмета відання першого;

– Делегуються лише окремі повноваження, у результаті чого відбувається тимчасове розширення повноважень органу, якому вони делегуються;

– Делегування повноважень можливе на визначений час або без зазначення строків. При делегуванні повноважень на певний строк не потрібно видавати правовий акт, що відкликає повноваження: вони припиняються автоматично. При делегуванні без зазначення строків повноваження можуть бути відкликані в будь-який час за рішенням органу, який делегує;

– Делегувати повноваження може лише вищий орган нижчому;

– Повноваження можуть делегуватися органом у межах його компетенції (той, хто делегує, не може передати більше повноважень, ніж має сам, і не може передати ті повноваження, яких не має);

– Делегування повноважень відбувається у формі письмового компетенційного акта;

– Орган, що делегує, обов'язково зберігає контроль за здійсненням делегованих повноважень;

У контексті діяльності обласних державних адміністрацій можна стверджувати, що останнім властиве виконання двох груп делегованих повноважень. Перша група – повноваження місцевого самоврядування, делеговані обласним державним адміністраціям відповідними радами. Друга – окремі повноваження інших органів виконавчої влади вищого рівня, що передаються Кабінетом Міністрів України місцевим державним адміністраціям у межах, визначених законом. На наш погляд, дана норма закону потребує уточнення, оскільки визначений порядок не є чітким. Так, якщо повноваження передаються Кабінетом Міністрів України, то чи достатньо для такої передачі акта Кабінету Міністрів України, чи потрібен закон? І як та в якому законі має бути прописано можливість делегування Кабінетом Міністрів України певних повноважень?

Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», обласні державні адміністрації мають справу з такими делегованими повноваженнями:

– повноваження органів місцевого самоврядування, які районні та обласні ради делегують відповідним місцевим державним адміністраціям. Ці повноваження викладено в ст. 43 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» [1], відповідно до норм якої районні, обласні ради делегують відповідним місцевим державним адміністраціям такі повноваження:

1. підготування і внесення на розгляд ради проектів програм соціально-економічного та культурного розвитку відповідно районів і областей, цільових програм з інших питань, а в місцях компактного проживання національних меншин – також програм їх національно-культурного розвитку, проектів рішень, інших матеріалів з питань, передбачених цією статтею; забезпечення виконання рішень ради;

2. підготування пропозицій до програм соціально-економічного та культурного розвитку відповідно областей та загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального та культурного розвитку України;

3. забезпечення збалансованого економічного і соціального розвитку відповідної території, ефективного використання природних, трудових і фінансових ресурсів;

4. підготування і подання до відповідних органів виконавчої влади фінансових показників і пропозицій до проекту Державного бюджету України;

5. сприяння інвестиційній діяльності на території району, області;

6. об'єднання на договірних засадах коштів підприємств, установ та організацій, розташованих на відповідній території, і населення, а також бюджетних коштів на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання на пайових засадах об'єктів соціальної і виробничої інфраструктури, шляхів місцевого значення та на заходи щодо охорони праці та охорони навколишнього природного середовища;

7. залучення в порядку, встановленому законом, підприємств, установ та організацій, які не належать до комунальної власності, до участі в обслуговуванні населення відповідної території, координування цієї роботи;

8. затвердження маршрутів і графіків руху місцевого пасажирського транспорту незалежно від форм власності, узгодження цих питань стосовно транзитного пасажирського транспорту;

9. підготування питань про визначення у встановленому законом порядку території, вибір, вилучення (викуп) і надання землі для містобудівних потреб, визначених містобудівною документацією;

10. організування охорони, реставрації, використання пам'яток історії та культури, архітектури і містобудування, палацово-паркових, паркових та садибних комплексів, природних заповідників місцевого значення;

11. підготування висновків щодо проектів місцевих містобудівних програм відповідних адміністративно-територіальних одиниць, що затверджуються сільськими, селищними, міськими радами;

12. видача відповідно до законодавства забудовникам архітектурно-планувальних завдань та технічних умов на проектування, будівництво, реконструкцію будинків і споруд, благоустрій територій та надання дозволу на проведення цих робіт;

13. забезпечення відповідно до законодавства розвитку науки, усіх видів освіти, охорони здоров'я, культури, фізичної культури і спорту, туризму; сприяння відродженню осередків традиційної народної творчості, національно-культурних традицій населення, художніх промислів і ремесел, роботі творчих спілок, національно-культурних товариств, асоціацій, інших громадських та неприбуткових організацій, які діють у сфері освіти, охорони здоров'я, культури, фізичної культури і спорту, сім'ї та молоді;

14. підготування і подання на затвердження ради пропозицій щодо організації територій і об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення та інших територій, що підлягають особливій охороні; внесення пропозицій до відповідних державних органів щодо оголошення природних та інших об'єктів, що мають екологічну, історичну, культурну або наукову цінність, пам'ятками історії або культури, які охороняються законом;

15. вжиття необхідних заходів щодо ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій відповідно до закону, інформування про них населення, залучення в установленому законом порядку до цих робіт підприємств, установ та організацій, а також населення;

16. координування на відповідній території діяльності місцевих землевпорядних органів;

17. здійснення контролю за використанням коштів, що надходять у порядку відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва, пов'язаних із вилученням (викупом) земельних ділянок;

18. забезпечення виконання заходів з відстеження результативності регуляторних актів, прийнятих районними, обласними радами.

Крім повноважень, зазначених у частині першій статті 43 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», обласні ради делегують обласним державним адміністраціям такі повноваження:

1. визначення відповідно до закону розміру відрахувань підприємствами, установами та організаціями, що надходять на розвиток шляхів загального користування в області;

2. погодження у випадках, передбачених законом, з відповідними сільськими, селищними, міськими радами питань щодо розподілу коштів за використання природних ресурсів, які надходять до фондів охорони навколишнього природного середовища;

3. підготування проектів рішень про віднесення лісів до категорії захисності, а також про поділ лісів за розрядами такс у випадках і порядку, передбачених законом;

4. прийняття у встановленому законом порядку рішень про заборону використання окремих природних ресурсів загального користування;

5. визначення відповідно до законодавства режиму використання територій рекреаційних зон;

6. затвердження для підприємств, установ та організацій, розташованих на відповідній території, лімітів викидів і скидів забруднювальних речовин у довкілля та лімітів розміщення відходів у випадках, передбачених законом.

Закон також зазначає, що передання місцевим державним адміністраціям повноважень інших органів (тобто як вищестоящих органів виконавчої влади, так і органів місцевого самоврядування) супроводжується переданням їм відповідних фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів. Закон не визначає механізму передання таких ресурсів, а також повернення таких ресурсів у разі якщо раніше делеговані адміністрації повноваження рада повертає собі.

Виключно на пленарних засіданнях сесій обласних та районних рад відбувається заслуховування звітів голів місцевих державних адміністрацій, їх заступників, керівників управлінь, відділів та інших структурних підрозділів місцевих державних адміністрацій про здійснення місцевими державними адміністраціями делегованих їм радою повноважень. Місцеві державні адміністрації є підзвітними і підконтрольними відповідним районним, обласним радам у частині повноважень, делегованих їм відповідними районними, обласними радами, а також у виконанні рішень рад з цих питань.

Більше того, районна, обласна рада може шляхом таємного голосування висловити недовіру голові відповідної місцевої державної адміністрації, на підставі чого Президент України приймає

рішення і дає відповідній раді обгрунтовану відповідь. А якщо недовіру голові районної, обласної державної адміністрації висловили не менш як дві третини депутатів від загального складу відповідної ради, Президент України приймає рішення про відставку голови місцевої державної адміністрації.

– повноваження органів виконавчої влади, які Законом передано на виконання виконавчих комітетів сільських, селищних, міських рад. Обласні та районні державні адміністрації здійснюють контроль за виконанням даних повноважень.

Не зайвим буде звернути увагу на основні групи таких повноважень. Так, відповідно до норм Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», виконавчі органи сільських, селищних, міських рад забезпечують виконання делегованих повноважень:

– у сфері соціально-економічного і культурного розвитку, планування та обліку;

– в галузі бюджету, фінансів і цін;

– щодо управління комунальною власністю;

– в галузі житлово-комунального господарства, побутового, торговельного обслуговування, громадського харчування, транспорту і зв'язку;

– у галузі будівництва;

– у сфері освіти, охорони здоров'я, культури, фізкультури і спорту;

– у сфері регулювання земельних відносин та охорони навколишнього природного середовища;

– у сфері соціального захисту населення;

– в галузі зовнішньоекономічної діяльності;

– щодо забезпечення законності, правопорядку, охорони прав, свобод і законних інтересів громадян.

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» передбачає, що з питань здійснення делегованих їм повноважень органів виконавчої влади – виконавчі органи сільських, селищних, міських рад є підконтрольними відповідним органам виконавчої влади.

Постановою Кабінету Міністрів України від 9 березня 1999 року № 339 затверджено «Порядок контролю за здійсненням органами місцевого самоврядування делегованих повноважень органів виконавчої влади» [3]. Відповідно до норм вказаного Порядку контроль за здійсненням органами місцевого самоврядування

делегованих повноважень органів виконавчої влади покладається на відповідні місцеві держадміністрації та Раду міністрів Автономної Республіки Крим, а у випадках, передбачених законодавством, на міністерства та інші центральні органи виконавчої влади, їх територіальні органи. Контроль здійснюється шляхом аналізу актів органів місцевого самоврядування, надання органами місцевого самоврядування інформації про виконання делегованих повноважень органів виконавчої влади, проведення перевірок діяльності виконавчих органів сільських, селищних, міських рад. Таким чином, основне, на що звертається увага під час здійснення контролю, – це правотворчість у контексті забезпечення делегованих повноважень.

Підсумовуючи все викладене вище, можна стверджувати, що правотворчість у роботі місцевих державних адміністрацій має важливе значення, оскільки завдяки даній формі діяльності адміністрацій створюється та розвивається сучасне право в нашій державі як єдина, внутрішньо узгоджена система загальнообов'язкових норм, що регулюють суспільні відносини.

Суть та основне призначення правотворчості місцевих державних адміністрацій визначається у таких функціях правотворчості:

1. Первинне регулювання суспільних відносин (фактично це розроблення та прийняття нових правових норм). Про таку правотворчість йдеться тоді, коли раніше врегулювання тих чи інших суспільних відносин не відбувалося і на певний момент постала потреба такого регулювання. Право не може бути відірваним та існувати окремо від реалій суспільного життя: воно є результатом розвитку такого життя.

2. Вироблення нових моделей суспільного життя та правове закріплення механізмів їх реалізації.

3. Відновлення правового матеріалу (внесення змін та доповнень до чинних норм, скасування, визнання норм такими, що втратили чинність, або їх виключення). Ця функція реалізовується тоді, коли є необхідність замінити ті норми або нормативні акти, що застаріли, не відповідають потребам суспільного розвитку, а також у тих випадках, коли потреба у наявності тих чи інших норм, які регулюють суспільні відносини, відпала. Прикладом реалізації такої функції можуть бути також випадки, коли нормативний акт є незаконним і підлягає скасуванню у встановленому порядку.

4. Заповнення прогалин у праві, тобто усунення повної або часткової відсутності в інших нормативних актах необхідних юридичних норм. У цьому випадку теорія права вказує, що в разі відсутності правової норми ситуація має бути вирішена за аналогією закону, а якщо ж застосувати аналогію закону неможливо – вирішення відбувається із застосуванням аналогії права. Але аналогія не заміняє собою правової норми, яка повинна бути встановлена правовим шляхом.

Соціальне призначення правотворчості місцевих державних адміністрацій полягає у встановленні певних стандартів, вимог до правової поведінки учасників суспільних відносин, які (з позиції держави) є припустимі, бажані або необхідні (обов'язкові або заборонені). Коли ми говоримо про правотворчість, ми говоримо про творення саме об'єктивного права, що виражає стандартні правові ролі. У правотворчості, як основному інструменті політики в державі в цілому та в області зокрема, формуються і затверджуються ті правові норми, що відповідають сучасному рівню суспільних відносин і сприяють їхньому прогресивному розвитку. Саме в цьому, на наш погляд, насамперед виявляється призначення такої форми державної діяльності. Інші прояви правотворчості (зміна і скасування чинних норм, удосконалення їхньої редакції) мають підпорядковане, допоміжне значення для утворення чітко визначеної і внутрішньо узгодженої системи юридичних норм. Шляхом правотворчості місцевих державних адміністрацій створюються правові норми, що стимулюють виникнення і розвиток сучасних правовідносин в областях та районах.

Список використаних джерел та літератури

1. Про місцеве самоврядування в Україні [Електронний ресурс]: Закон України від 21 трав. 1997 р. [з наст. змінами і допов.] // Законодавство України / Верхов. Рада України. – Електрон. дані. – [К. :] Упр. комп'ютериз. систем Апарату Верхов. Ради України, 1996–2010. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. – Загол. з екрана.
2. Про внесення змін до Регламенту Кабінету Міністрів України [Текст]: Постанова Кабінету Міністрів України від 8 лип. 2009 р. № 712 // Офіц. вісн. України – 2009. – № 52 (20 лип.) – С.20-66.
3. Про затвердження Порядку контролю за здійсненням органами місцевого самоврядування делегованих повноважень органів

- виконавчої влади [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 9 берез. 1999 р. № 339 // Законодавство України / Верхов. Рада України. – Електрон. дані. – [К. :] Упр. комп'ютериз. систем Апарату Верхов. Ради України, 1996–2010. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
4. Ковальський, В.С. Правотворчість: теоретичні та логічні засади / В. С. Ковальський, І.П. Козінцев. – К. : Юрінком Інтер, 2005. – 190 с.
 5. Портал: олітика [Електронний ресурс] : Матеріал из Википедии – свободной энциклопедии / Послед. изм. 14 февр. 2010, 21:16 (UTC) участниками Википедии // Википедия : Свобод. енцикл. – Електрон. дан. – [Сан-Франциско, шт. Калифорния:] Фонд Викимедиа, [2006]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Портал: Політика](http://ru.wikipedia.org/wiki/Портал:Политика).
 6. Проблемы общей теории права и государства : Учеб. для вузов / [Варламова, Н.В. и др.]; под общ. ред. В.С. Нерсисянца. – М. : Норма, 2006. – 832 с.
 7. Скакун, О.Ф. Теорія держави і права : [Підруч. для вищ. учб. закл.] / О.Ф. Скакун; Нац. ун-т внутр. справ. – Х.: Консум, 2001. – 655 с.
 8. Скуратівський, В.А. Соціальна політика Навч. посіб. / Скуратівський В.А., Палій О.М., Лібанова Е.М. – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: Вид-во УАДУ, 2003. – 359 с.
 9. Тертичка, В.В. Державна політика: аналіз та впровадження в Україні : Конспект лекцій до навч. модуля / Уклад.: В.А. Ребкало, В.В. Тертичка. – К.: Вид-во УАДУ, 2002. – 80 с.
 11. Тоффлер Э. Метаморфозы власти : Знание, богатство и сила на пороге XXI в. / Элвин Тоффлер; [Пер. с англ.: В.В. Белокосков и др.; Науч. ред., авт. предисл. П.С. Гуревич]. – М. : АСТ, 2004. – 669, [3] с.
 12. Юрій, М. Ф. Політологія : [Підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / М.Ф. Юрій. – К.: Дакор, 2004. – 415 с

*«Коли руйнується моральність людей,
їх працьовитість також руйнується»*

Томас Джефферсон

ПРОФЕСІЙНЕ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ В КОНТЕКСТІ ДУХОВНО-МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

Вже понад двадцять років минуло від тоді, як Україна перестала бути частиною Радянського Союзу – першої в світі соціалістичної держави і офіційно припинила будувати на своїй території комунізм. Коли це сталося більшість громадян вважали, що приватна ініціатива, вільне підприємництво, конкуренція – тобто капіталістичні методи ведення господарства зроблять нашу країну заможною і процвітаючою. Через двадцять років це стало вже менш очевидним, водночас переконливо довівши, що простих рішень, як і простих шляхів, у житті не буває. Більшість українських громадян продовжують очікувати забезпечення значної частини свого добробуту від держави, і одночасно практично не розуміють, що для того щоб капіталістична держава стала соціальною, тобто взяла на себе виконання численних зобов'язань із забезпечення загального добробуту, то і відповідальність громадян за виконання своїх зобов'язань перед такою державою повинні бути рівновеликою. Вимагаючи від нової капіталістичної держави здійснення всіх обіцянок, які їм давалися від імені соціалістичної держави, громадяни продовжують ставитися і до власності, і до розподілу матеріальних благ та оподаткування, і до власної праці так, нібито вони живуть при «соціалізмі» за радянськими, а отже некапіталістичними законами суспільного буття.

В сучасному світі саме праця, є єдиною, невід'ємною властивістю і власністю людини, і тому ставлення до неї, і до розподілу створеного нею є наріжним каменем сучасних політичних і соціальних систем, а отже і держав [2]. Ставлення до праці в СРСР це окрема дуже складна тема, яка ще безумовно дочекається свого ґрунтовного дослідження, тому ми не будемо заглиблюватися в цю тему в рамках даної розвідки. Проте, вважаємо за необхідне зазначити, що для більшості наших співгромадян, особливо для тих, які зростали і дорослішали у посттоталітарний час дуже багато речей і понять все ще здаються самоочевидними зрозумілими і усталеними, бо походять ще із радянського періоду коли громадяни, які зростали у

СРСР ще із дитячого садка знали про «Моральний кодекс будівника комунізму» та повсюдно читали гасла, квінтесенцією яких, на нашу думку, можна вважати – «Праця – почесний обов'язок кожного радянського громадянина». Для багатьох, попри все, це гасло було важливою світоглядною цінністю. Оскільки моральні норми хоча як правило утверджуються директивно, проте, процес їх закорінення не є одномоментним. Добре засвоєні вони і не зникають раптово, а лише зі зміною поколінь – коли за нових умов минаючі покоління вже не можуть передати наступникам свої моральні та етичні цінності. Можливо саме тому люди, самі цього часто не помічаючи, завжди живуть у певну перехідну епоху, коли одна моральність витісняє іншу, видозмінює, чи деформує її, а інколи просто співіснує ніби у паралельному світі поділяючи суспільство невидимими межами, а інколи і нездоланими перешкодами. Інша проблема полягає в тому, що моральність у суспільстві, нажаль, формуються і розвиваються не лінійно від хорошого до кращого, але і від кращого до гіршого. Вони змінюються під впливом багатьох факторів, врахувати вплив яких, чи навіть зрозуміти і осмислити досить важко, особливо в синхронному вимірі.

Сучасна епоха вигідно відрізняється від попередніх тим, що праця – робота більшістю наших сучасників сприймається переважно у позитивному сенсі, як діяльність, яка не лише повинна забезпечити певний добробут, але і як частина соціального і громадського буття, як важливий чинник життя, а для декого навіть сенс цього життя, як самодостатня цінність.

Проте, так було не завжди. Оскільки наша цивілізація бере свій початок від давньогрецьких полісів варто, хоча б побіжно торкнутися цієї проблеми в ретроспективному, так би мовити, аспекті, і з'ясувати, а як це було колись, для того, щоб краще розуміти і цінувати сучасний стан справ.

Ще в античні часи праця ремісника, робітника, торговця не вважалася чимось почесним і протиставлялася «arete» – справжній діяльності громадянина поліса, які, як вважав Арістотель мали переважно займатися міським управлінням і для цього мати достатньо вільного часу – “schole” [6, с. 375-377]. Латинське “Labor” – яке нині переважно перекладається як праця насправді має первісне значення – тяжка праця, а ще раніше це слово означало – терпіти, страждати. У сучасних романських мовах – іспанській,

португальській, італійській – слово з цим коренем означає переважно важку сільську працю, оранку тощо.

Дещо з іншим смисловим наповненням але також негативно сприймали європейці працю і в часи середньовіччя. Про що свідчить наприклад те, що в давньонімецькій “Arbeit” первісно означало «мука», а французьке – “travail” походить від пізньолатинського “tripalium”- слова, що використовувалося на позначення одного із знарядь для тортур [6, с. 385-386]. Вживане у сучасних слов’янських мовах (зокрема в українській) слово робота історично пов’язане як із словом раб (роб – orb) так із давньогерманським Arbeit через orbiti – «працювати на когось», а труд із старослов’янським – страждання мука зусилля боротьба, а також латинським trudo – примушую, штовхаю [5, с. 98-99, 655]. Все це вказує на те, що «робота-труд-праця» сприймалася тодішніми громадянами Європи радше як щось негативне, травмуюче, важке і погане.

В епоху Відродження, а особливо Реформації ставлення до праці докорінно змінилося, і поступово почало набувати сучасного сенсу. Так зокрема біля витоків сучасного ставлення до праці є міркування Дж. Лока про труд і працю, як про власність кожної конкретної людини. «Все що вона бере із наданого станом природи і що від цього стану залишається, людина з’єднує зі своїм трудом додає до цього щось, що виключає загальне право інших людей. Бо оскільки цей труд є незаперечною власністю трудівника, ніхто крім нього, не може мати права на те, до чого він хоч раз долучив свій труд...» [8, с. 145]. Поєднавши поняття про право на власність із поняттям про працю, Лок одним із перших відкрив шлях до розуміння праці як чогось позитивного, такого, що несе в собі не лише страждання, але і задоволення широких потреб людини, зокрема є вагомим аргументом на користь її права власності на результати цієї праці.

Макс Вебер у своїй відомій праці «Протестантська етика і дух капіталізму» детально показав, як протестантська етика, впливали на поширення нової трудової етики і ставлення до праці, як до найвищої моральної чесноти у США в другій половині 18 ст. Він досить детально розглядає настанови Бенджаміна Франкліна чиї ідеї стали основою капіталістичної етики в США у цей період [4, с. 48]. У той час, як у традиційних станових та патерналістських суспільствах, праці було відведено чітко обумовлене і не дуже почесне місце, наприкінці 17 на початку 18 ст. вона почала потроху завойовувати повагу і набувати якості чесноти в країнах протестанських. Крім того

праця ставала «товаром» на ринку, що постійно розростався, а тому і «вартістю», за яку її можна було тепер вільно продати.

Можливість продавати свою робочу силу – свою працю надала кожному окремому індивіду не лише особисту незалежність у небаченому до цього обсязі, але і усвідомлення (та мірило) власної – особистої вартості.

Значний внесок у возвеличення праці як чесноти зробили як сам Карл Маркс так і його послідовники в СРСР. Причому це поняття здобуло особливо позитивного наповнення після Другої світової війни коли дві конкуруючі системи «комуністична» і «капіталістична» намагалися довести громадянам своїх країн, що працювати для суспільства, для своєї батьківщини (а по суті системи) почесно.

Головна різниця, яка зрештою і вирішила долю комунізму полягала в тому, що, якщо при «капіталізмі» ніхто не заперечував необхідності оплачувати працю, то при комунізмі тривалий час вважали, як писав Ленін у своїй роботі «Великий почин» необхідно: «Спочатку доведи свою здатність на безплатну працю в інтересах суспільства, в інтересах всіх трудящих, здатність працювати «по революційному», здатність підвищувати продуктивність праці, виконувати свою справу зразково, а тоді простягай руку за почесним званням «комуни» [7, с. 26]. Таким чином комуністи вважали жертвність в роботі, як щось цілком природне. Жертвність була невід'ємною частиною поняття пролетаріат в марксистській ідеології, була його головним історичним завданням як передового загону людської спільноти.

У сучасній Україні досить складно говорити про моральну вартість праці після того, як протягом десятиліть все суспільство існувало у стані оруелівської дводумності. Коли, з одного боку, постійно говорилося про звільнену при комунізмі працю, а насправді ця праця була тотально підпорядкована державі. Бо, як відомо, ще у Комуністичному маніфесті Маркс і Енгельс рекомендували використовувати у перехідний період і особливо у сільському господарстві, промисловій армії [9, с. 447].

Як відзначав один із найвизначніших теоретиків і практиків побудови соціалізму Л. Троцький: «Шлях до соціалізму веде через період найбільшої інтенсифікації державного примусу... Держава, перш ніж вона зникне, набирає форми диктатури пролетаріату, тобто найжорсткішої форми державності, що авторитарно з усіх боків, охоплює життя громадян.... За винятком армії, жодна інша суспільна

організація не контролювала людей з допомогою таких безжальних засобів примусу, як це робить держава робітничого класу в найтяжчій фазі перехідного періоду» [3, с. 340]. Саме ця ідея, що комунізм не можна збудувати без максимальної концентрації примусу, стала згодом, головним теоретичним обґрунтуванням і сталінської і маоїстської і полпотівської диктатур.

Як вважає відомий американський економіст Манкур Олсен – Сталін і його економісти змогли створити таку ефективну економічну систему, при якій навіть фактичне зменшення оплати праці стимулювало зростання її продуктивності за рахунок низької ставки оподаткування понаднормової праці. Саме тому різниця в оплаті праці різних працівників була такою незначною. А симулювання зростання продуктивності праці відбувалося за рахунок позагрошових стимулів. Таких як пайок продуктової чи промтоварної, поліпшення житлових умов, тощо [10, с. 90]. До речі, ця система досі майже без змін працює у Білорусі, і нині ми спостерігаємо спроби запровадити її і в Україні [1].

Після смерті Сталіна, для провідних радянських керівників стало зрозуміло, що далі будувати країну засновану з одного боку на гаслах про почесність праці, а з іншого маючи по суті рабські умови оплати цього почесного обов'язку неможливо. Було запроваджено повноцінну оплату праці в сільському господарстві, змінено деякі принципи в оплаті праці. Проте ці зміни не врятували систему від самознищення, оскільки не змінювали головного – в умовах жорсткої централізації будь-яка особиста ініціатива, що ішла знизу, навіть якщо вона і була корисна – руйнувала систему, ставила під сумнів вірність прийнятих партією рішень, а отже по суті підривала її монополію на владу і власне її легітимність.

Останні двадцять років наше суспільство позбувшись старої системи цінностей і колись такої непорушної «соціалістичної» моралі не спромоглося виробити, або сприйняти жодної із відомих у світі систем. Сподіваємося, що підписання восени 2013 року асоціації з Європейським союзом стане суттєвим поштовхом для осмислення нової системи координат для України.

Список використаних джерел та літератури

1. Богданович А. Країна Лукашенка / Алесь Богданович // Дзеркало тижня. Україна. – 2011. – №18 (20 травня). – С. 4.

2. Б'юкнен Дж. Суспільні фінанси і суспільний вибір: два протилежні бачення держави: Пер. з англ. / Дж. Б'юкнен, Р. Масгрейв. – К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. – 175 с.
3. Валіцький А. Марксизм і стрибок у царство свободи: Історія комуністичної утопії / А. Валіцький / Пер. з польск. Д. Андрухів. – К.: Вид. дім «Всесвіт», 1999. – 510 с. С.340.
4. Вебер Макс. Протестантська етика і дух капіталізму / Макс Вебер. – К.: Основи, 1994. – 261 с. С. 48.
5. Етимологічний словник української мови: У 7 т. / Редкол. О.С. Мельничук (голов. ред.) та ін. – К.: Наук. думка, 1983. – Т. 5: Р – Т / Уклад.: Р.В. Болдирєв та ін. – 2006. – С. 98-99, 655.
6. Історія європейської ментальності / За ред. Петера Дінцельбахера / Переклав з нім. Володимир Кам'янець. – Львів: Літопис, 2004. – 720 с.
7. Ленин В.И. Полное собрание сочинений / В.И.Ленин. – Издание 5. Том 39. Июнь – декабрь 1919. – М.: Политиздат, 1970. – 624 с.
8. Лок Дж. Два трактати про врядування / Пер. з англ. О. Терех, Р. Димерець. – К.: «Основи», 2001. – 265 с. С. 145.
9. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. – Том 4. – 615 с. С. 447
10. Олсон М. Влада і процвітання. Подолання комуністичних і капіталістичних диктатур / М. Олсон. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська Академія», 2007. – 174 с.
11. Jefferson T. Notes on the State of Virginia. Electronic Text Center, University of Virginia Library. P. 289 / T. Jefferson // <http://etext.virginia.edu/toc/modeng/public/JefVirg.html>

І.Г. Савчук

ЗНАЧЕННЯ ПАМ'ЯТНИКІВ В ІСТОРИЧНІЙ ЧАСТИНІ МІСТА У СТВОРЕННІ ЙОГО ОБРАЗУ У МЕНТАЛЬНІЙ КАРТИНІ НАСЕЛЕННЯ КРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ МІСТ ОДЕСА (УКРАЇНА) І САНКТ-ПЕТЕРБУРГ (РОСІЙСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ))

У «низькій» геополітиці й у перцептивній географії важливе значення мають стійкі стереотипні погляди населення й образи світу та окремих його складових (Батьківщина, рідний край, країни/народи вороги – друзі тощо), що формуються офіційною пропагандою й

ідеологією. У ній міста, як великі об'єкти реальності, виконують особливу роль «реперних точок», де зосереджена значна кількість суспільно вагомих символів колективної ментальності. У цьому контексті важливим є сприйняття історичного центра міста його мешканцями. Тут головна увага пересічного громадянина зосереджена на зовнішньому вигляді фасадів споруд парадних частин вулиць і площ історичного ядра міста та на пам'ятниках, що тут розташовані. Вони виступають елементами просторової самоідентифікації городян та завжди подаються у туристичних путівниках та матеріалах як обов'язкові для відвідування [2; 8; 13; 14; 18; 34].

Метою дослідження є комплексне вивчення з позицій сучасної геополітики і перцептивної географії ролі образів пам'ятників в історичній частині таких важливих міст на пострадянському просторі як Одеса (Україна) і Санкт-Петербург (Російська Федерація) у створенні ментальної картини цих міст.

Відповідно задачами такої роботи є:

1. розробка власної методики дослідження ролі пам'ятників у створених офіційною ідеологією і пропагандою ментальних образах найбільших міст-портів у масовій свідомості;

2. аналіз існуючих наративів в ментальних образах Одеси і Санкт-Петербурга та свідомого застосування владою певних кольорів і монументів певним особам і технічних засобів, перетворених у певні когнітивні конструкції колективного сприйняття, що складають частину ментального образу цих міст.

У відомих нам працях російських й українських колег з цього питання [1; 2; 8; 10; 23 та ін.] в основному подано опис асоціацій, пов'язаних з образами певних міст і відсутнє теоретико-методичне обґрунтування такого роду дослідження. Саме тому при проведенні нашого дослідження ми спиралися на позиції наукової школи геоісторії [3]. Використання поняття «геополітичне представлення» І. Лакоста [41, с. 330–331] і наукового апарату «низької геополітики» й перцептивній географії стосовно реалій пострадянського простору дозволило зрозуміти роль і значення великих міст-портів, як фокусу зовнішньої політики держави, у побудові ментальних образів і стійких наративів в його офіційній ідеології.

Образ Одеси і Санкт-Петербурга у період існування Російської імперії розкривається за допомогою виділення знакових у масовій ментальній картині споруд і пам'ятників, що стали «визитівкою»

міста у той період і зберегли це значення і по сьогодні. Образи цих міст за часів СРСР у колективній ментальній картині вивчалися через аналіз одного з видів масового мистецтва – художній листівці та кіноплакаті радянського періоду.

Новим, у цьому контексті дослідження ментального образу пам'яток у містах є необхідність, на нашу думку, вивчення їх місця і значення в офіційній історіографії, що дозволяє зрозуміти ментальні нарративи у побудові їх образу. В якості доказу існування того чи іншого образу як певного усталеного стереотипу нами було використано штампи-характеристики Одеси і Санкт-Петербурга, що вживаються у туристичних путівниках. Важливим у цьому контексті є акцентування уваги на роль певних образів у сприйнятті міста та його окремих частин при створенні відповідних штампів у масових ментальних картинах.

У сприйнятті мешканців Одеси і Санкт-Петербурга «золотий вік» міста пов'язується з періодом їх існування у Російській імперії – за правління Катерини II – на початку правління Миколи I. Це знайшло своє відображення у формуванні особливого духу ностальгії за втраченою величчю минулого і спротив змінам, що зумовлюють зміни зовнішнього образу історичної частини міста. У цьому контексті слід розглядати і відновлення на поч. 90-х років ХХ ст. більшості назв міських об'єктів, що існували до приходу до влади більшовиків (включаючи і відновлення назви Санкт-Петербург в 1991 році), та особливі зусилля міської влади спрямовані на підтримку у зразково-показовому вигляді головних пам'яток міста в його історичному ядрі, особливо важливих у ментальній картині городян (наприклад, реконструкція споруди Одеського Національного академічного оперного театру в Одесі та Петропавлівської фортеці у Санкт-Петербурзі). Ця політика міської влади підтримує усталений міф про романтично-імперську «Північну Пальміру» і «Південну Пальміру», де «царювала» космополітична європейськість, створена запрошеними іноземними архітекторами і скульптурами, та втілена в особливому «діалекті» російської мови й у формуванні одеської і петербурзької (ленінградської) літературних шкіл у кін. ХІХ – на поч. ХХ ст. [1, 57; 8, 32; 10, 23, 26; 19, 48; 38, 180; 40, 26, 46, 61, 73, 85, 126, 156].

Важливо відмітити, що в історичній частині Одеси і Санкт-Петербурга значна увага приділялася використанню різних кольорів для підкреслення не лише естетичної виразності відповідних

архітектурних ансамблів, але й для реалізації ідеологічної функції, яку вони виконують у ментальній картині міста. Це значною мірою пов'язано з широко поширеними в епоху Просвітництва уявленнями про символічне значення різних кольорів. Це дозволяє говорити про кольорову гаму як про своєрідну невербальну мову, яка задає ту чи іншу інтерпретацію зовнішнього вигляду споруди чи скульптури, та їх співвідношення в оточуючому просторі за допомогою побудови алегорій і ментальних конструктів.

У кольоровій гамі парадних фасадів споруд в історичному центрі Одеси і Санкт-Петербурга домінують два кольори – білий і жовтий. Різкою «золотистою фарбою і побіленими архітектурними деталями виділявся нарядний Зимовий дім імператора Петра», він був «виразним центром лівого берегу Неви. Тут був осередок державної влади: жив імператор і засідав Сенат» [15, с. 148]. Можна вважати, що в його оформленні й були закладені головні ідеї ідеальної кольорової гами парадної частини зразкового фасаду міської забудови Одеси і Санкт-Петербурга: білий (духовна) і жовтий колір (світська влада), єдиним володарем якої у державі був імператор і самодержець Всеросійській. Саме для оформлення важливих офіційних установ чи резиденцій монарха та його верховних представників на місцях у Російській імперії з кін. XVIII ст. використовують поєднання цих двох кольорів. Свідоме використання поєднання білого і жовтого кольорів слугувало одним з елементів виділення у просторовій структурі міста адміністративно важливих споруд – символів верховної влади. Якщо перший з цих кольорів у християнстві традиційно мав змістовне навантаження, як образ святості й чистоти, то другий у класицизмі є символом Аполлона-Сонця, з яким себе ототожнював Людовик XIV [5, с. 207], який першим встановив абсолютистський режим в Європі. У Російській імперії, з часу зведення англійським архітектором Ч.Камероном Павловського палацу (1782-1786), «виникає тема Аполлона, але вже без ототожнення його з королем-сонцем, як це було у Версалі. І в цьому – одна з головних відмінностей ансамблів XVIII і XVII сторіч» [5, с. 220].

На площі напроти споруди, де раніш знаходилися органи державної влади Російській імперії (Сенат і Синод у Санкт-Петербурзі та Імператорський палац і Присутні місця в Одесі), знаходиться пам'ятник засновнику міста (Петрові I й А.Е. Рішельє). Саме його видно з морського узбережжя. Слід сказати, що є певна

подібність і в їх розміщені. Від моря їх відділяє облаштована набережна з маршами до самої води, а сам пам'ятник не закритий іншими спорудами з боку моря, що призводить до того, що саме з цієї позиції є найкращий ракурс при його розгляданні. З метою посилення зорового ефекту, пам'ятник засновникові Одеси стоїть на постаменті, а вказаний пам'ятник Петрові I у Санкт-Петербурзі встановлено на великій гранітній брилі. Важливо відзначити, що ці монументи не мають виразного декору, і таким чином всю увагу привертає саме фігура на постаменті. Така строгість передання образу засновника міста, на нашу думку, пов'язана з поширеною у період панування у Російській імперії класицизму ідеї про передачу у мистецтві образу героя часів Стародавнього Рима. Це призвело до потреби відобразити у скульптурі ідеалізований образ засновника міста, у парадному одязі державця часів Пізньої Римської республіки Ранньої Римської імперії. У цьому стилі мистецтва цей образ подавався як взірць довершеності смаку і здорового глузду та був прикладом ідеального освіченого правителя. Засновник міста бачився як своєрідний деміург, який створив велич і гармонію міста на пустому місці, підкоривши сили дикої природи.

Значною мірою це пов'язано із загальним духом класицизму щодо пошуку канону в «античності та насамперед у гордовитому римському республіканстві, проте, природно, це псевдоантичність» [20, с. 297]. Пам'ятники Петрові I й А.Е. Рішельє є найстарішими з усіх монументів, що збереглися, з переліку тих, які були встановлені на честь конкретної людини у Російській Федерації й в Україні [14, с. 118; 37, с. 364–368]. Те, що вони збереглися до сьогодні, і вони не були знесені за часів СРСР, ще раз говорить про їх виключне значення у створенні стійких образів Одеси і Санкт-Петербурга та у ментальній картині цих міст та про їх чітке місце в офіційній ідеології й пропаганді.

Не менш символічним є й той факт, що від пам'ятника засновнику міста в Одесі й Санкт-Петербурзі веде пряма дорога до іншого важливого пам'ятника в офіційній ментальній картині відповідного міста - монументу царю-благодійнику, який, з погляду офіційної історіографії Російській імперії, зробив найбільший внесок в його розвиток – Катерині II (Одеса) і Миколі I (Санкт-Петербург). Причому декор цих пам'ятників дуже помпезний та у ньому представлені головні особи їх царювання. Наявність таких численних символів дозволяє нам висунути тезу про те, що тут також є певний

непрямий вираз чіткої ментальної установки. Можна розшифрувати помпезність декору та наявність фігур у підніжжя постаментів цих пам'ятників, як вказівку на небувалий розквіт міста. Це підкреслюється й костюмами головної та другорядних фігур пам'ятника – вони одягнуті у сучасний їм одяг та мають куди реалістичніший вираз, у порівнянні зі зображенням засновників міста на перших за часом зведення монументах.

Два пам'ятника – засновнику міста та його головному царю-благодійнику (в офіційній історіографії Російській імперії) стоять на одній осі, і другий наче дивиться у спину першому, підкреслюючи тим самим спадковість його політики у відношенні до міста. Важливо відмітити, що на другому пам'ятникові головна скульптура прямо вказує на це, витягнувши руку у напрямку на пам'ятник засновнику міста.

Створення таких знакових монументів в Одесі й Санкт-Петербурзі пов'язано з потребою закріплення певних асоціацій й наративів в офіційній міфологізованій ментальній картині їх історичного минулого. Не випадково, у художній літературі та у міському фольклорі ці пам'ятники засновникам міста мають чітке емоціональне забарвлення та вони діють як живі персонажі (наприклад, усталена пітерська назва пам'ятника Петрові I – Мідний вершник [14, с. 119] та одеська назва пам'ятника А.Е. Рішельє – Дюк [7, с. 1095]). На нашу думку, розміщення одного з головних готелів міста як раз напроти пам'ятника офіційному царю-благодійнику («Асторія» у Санкт-Петербурзі й «Петербурзька» в Одесі) лише акцентує увагу на необхідність висловлювання йому вдячності за щедрість у розбудові міста з боку приїжджих з інших країв. У цьому контексті слід правильно розуміти прийняте в офіційній історіографії та літературі Російської імперії порівняння обох міст із легендарною Пальмірою – взірцем квітучого міста у класичній літературі («Північна Пальміра» – Санкт-Петербург і «Південна Пальміра» Одеса), як пряму вказівку на успішний розвиток цих міст-портів під владою освіченого монарха.

Також важливо, у контексті вивчення ролі міст у масовій ментальній картині світу і країни, аналізувати їх офіційний образ-наратив у державній системі ідеології й історіографії. Для радянської ідеології й пропаганди – Ленінград – це «колиска Жовтневої революції», а Одеса – «це повстання на панцернику «Потьомкін» «Значною мірою це було пов'язано з тим, що Перша

Російська революція (1905-1907 років) в офіційній радянській історіографії стала «генеральною репетицією» Великої Жовтневої соціалістичної революції 1917 року» [30, с. 1111]. Зазначимо, що шаблон успішного озброєного повстання, використаний більшовиками у Петрограді, був взяти за основу їх плану захоплення влади в Одесі [17, с. 39].

Існування легендарних у масовій свідомості й ментальній картині громадян Російської Федерації й України, створених офіційною історіографією й державною пропагандою, образів кораблів-символів, що чітко асоціюються з Одесою і Санкт-Петербургом, – унікальне явище у світовій історії. Важливо відмітити, що ці образи були створені одним і тим самим режисером С.М. Ейзенштейном у вірцевих картинах інтелектуального напрямку світового кінематографа Панцерник «Потьомкін» і «Жовтень» (1927 року) [30, с. 1540]. У цих фільмах широко вжито численні прийоми плакатної пропаганди – вплив його роботи режисером і художником-декоратором агітпоїздів Червоної Армії [39, с. 977].

Крейсер «Аврора» зараз є філією Центрального Військово-морського музею Російської Федерації. У радянські часи його було перетворено в один із символів не лише міста, але й всієї країни. В офіційній історіографії він став одним із священних образів головної, з погляду радянської державної пропаганди, події світової історії – Великої Жовтневої соціалістичної революції.

Важливо відзначити, що крейсер «Аврора» в основному шаблонно зображувався як символ непереборної міці промислової революції, що знищує своєю перебільшеною вогневою силою і неправдоподібно сильним світлом прожектора відсталий старий політичний режим, що сховався у темряві ночі у притулку сил зла – царському палаці (див. [24-29; 31]). Як писав Н. Клейман про створення фільму «Жовтень»: «Не обмежуючи себе задачами відтворення хроніки подій, ... Е. намагався розкрити у ф. зміст подій, що відбувалися. З цим ф. ... пов'язана ... теорія інтелектуального кіно, висунута режисером. Е. вважав, що поєднання (монтаж) двох кадрів-зображень породжує дещо третє – поняття, створює ідейну оцінку» [39, с. 979]. Вже у фільмі «Панцерник» «Потьомкін», з яким «багато істориків кіно пов'язують остаточне самовизначення кіно як виду мистецтва» [39, с. 979], чітко видно реалізація цих ідей С.М. Ейзенштейном. «Спираючись на реальні факти і водночас сміливо перетворюючи їх, створив п'ятичасну композицію, що

нагадує за структурою античну трагедію. Головні сили, що вступають у конфлікт - царський режим і народ, який намагається звільнитися від гніту і несправедливості – отримали яскраве образне втілення» [39, с. 979]. Таким чином формується чітка антиномія: сучасний корабель – символ технічного прогресу, використовується повсталими, як основа для подолання «відсталого» суспільного ладу (див. [11; 21; 22; 32; 33]). У вказаних вище фільмах С.М. Ейзенштейна повсталі матроси переважно показані саме під час застосування вогневої сили військового корабля для боротьби з царським/буржуазним режимом, представленим військовими і жандармерією. Саме тому зображуються артилерійські установки панцерника «Князь Потьомкін Тавричеський» у всіх відомих автору афішах фільму «Панцерник» «Потьомкін», а «не власне сам корабель» (див. [11; 21; 22; 32; 33]).

Вважаємо за можливе дати таку інтерпретацію цієї ментальної установки, виходячи з сильно поширених у період між двома російськими революціями релігійно-містичних настроїв серед широких верств населення (див., наприклад, проповіді Іоанна Кронштадтського – самого відомого православного проповідника тієї епохи в імперії та літературні твори Д.С. Мережковського). Також не слід забувати і про те, що А.В. Луначарський, який був з 1917 по 1929 роки наркомом освіти у Радянській Росії, в 1908-1910 роках «проповідував богобудівництво» [30, с. 730], а В.І. Леніна розглядали як послідовника протопопа Аввакума та старовірів і слов'янофілів. У цій ролі він виступає як один із пророків «Святої Русі», відображуючи у собі протест російської душі проти західної цивілізації» [35, с. 209].

Можна стверджувати, що мала місце адаптація відомого міфу Стародавнього світу про боротьбу світла і темряви у рамках своєї інтерпретації традиційної християнської есхатологічної традиції. У ній, встановлення Царства Божого можливо виключно після вирішальної битви сил добра (Небесного війська на чолі з архангелом Михайлом і християнських святих) і сил зла (сукупності чорних сил на чолі з Антихристом та залучених ним людей), які лише тимчасово захопили владу на Землі (Откровення від Святого Іоанна, роз. 12. ряд. 7). Перед цим має пасти місто – «Вавилон, велика блудниця», причому цьому буде передувати сходження з небес Янгола, який «має владу велику; земля засвітилася від слави його» (роз. 18. ряд. 1 і 2), перед цією подією «відбулися блискавки, громи і

голоси, і відбувся великий землетрус» (роз. 16, ряд. 18). У цьому контексті, як вірно вказує А.Дж. Тойнбі, «російський комуністичний рух, хоч й одягнуто в європейський маскарадний костюм, є насправді фанатичною спробою скинути з Росії пута вестернізації, що їх два століття тому накинув на неї Петро Великий» [35, с. 242], так як «переконаність у непорушній істинності Вчення знаходила опертя у глибинних механізмах темної народної міфологічної свідомості» [36, с. 551].

Вперше такий ефективний прийом радянського ерзац-варіанту християнської есхатології у формі такого близького і зрозумілого населенню плакатного мистецтва було використано у фільмах С.М. Ейзенштейна «Жовтень» і «Панцерник «Потьомкін» (1927 року). Потрібне «прочитання» паралелі, між Небесним військом і партією більшовиків з одного боку, і сил зла – царським режимом Тимчасовим урядом – з іншого боку, було зрозуміле будь якій православній віруючій й освіченій людині Російської імперії, в якій викладання богослов'я було обов'язковим предметом початкової і середньої освіти. У взірцевому радянському пропагандистському тексті є всі відповідні паралельні місця опису кінця світу і встановлення Царства Божого.

Образ Янгола з Откровіння від Святого Іоанна, який освітлює шлях і спрямовує громи і блискавки на місто, дуже рано у радянській пропаганді трансформувався у крейсер «Аврора», постріл якого отримав сакральне значення в офіційній радянській історіографії. У численних радянських вітальних поштових листівках, присвячених подіям 7 листопада 1917 року, завжди зображується саме цей момент (див. [24-29; 31]). На них промінь прожектора крейсера і сам корабель зображено неправдоподібно виразно на чорному фоні неба. На затвердженому 31 жовтня 1967 року ордені Жовтневої Революції зображено саме цей усталений образ крейсера, що випромінює світло. Про його «персоніфікацію» у радянській ментальності свідчить і те, що в 1968 році його нагородили цим орденом «у зв'язку з 50-річчям Радянських Збройних Сил» [14, с. 45].

Без «генеральної репетиції» 1905 року перемога Жовтневої революції 1917 року була б неможлива», – писав В.І. Ленін (цит. За [13, с. 28]). Спираючись на цю відому тезу, стає зрозумілою роль й образ панцерника «Потьомкін» в офіційній радянській історії СРСР. Це доволі добре видно у відповідному фільмі С.М. Ейзенштейна, де цей корабель отримує особливе значення. Корабель тут є як

своєрідний прихісток вірних в останні дні, які не піддалися на умовляння земної неправої влади. Дії команди також повністю відтворюють відомі зі Святого Письма діяння праведників в останні дні. Найефектніший кадр фільму – сцена розстрілу демонстрантів на Гігантських сходах легко ідентифікується з відповідним сюжетом з Откровення від Святого Іоанна – мученицькою смертю вірних християн від сил Антихриста. Смерть невинних людей представлена як смерть за віру від рук злих сил, що тимчасово святкують перемогу, проте, у завершені картини недвозначно дано зрозуміти, що незабаром, після остаточної битви Добра і Зла, останнє буде остаточно розбите, й встановиться царство справедливості на Землі, у повній відповідності з сюжетом Откровення від Святого Іоанна. Саме ця ідея закладена й у скульптурній композиції пам'ятника «Потьомкінцям – нащадки» (скульптор В.А. Богданов, архітектори М.М. Волков, Ю.С. Лапин, 1965 року), де у «багатофігурній композиції показано початок повстання» [34, с. 143] – на палубі панцерника піднімаються на повстання моряки.

Вивчення різних образів, пов'язаних з історичною частиною Одеси і Санкт-Петербурга, у ментальній картині цих міст дозволило встановити такі спільні закономірності:

1. Свідоме використання в історичному центрі міста у кольоровій гамі парадних фасадів споруд поєднання білого (духовна) і жовтого кольорів (світська влада), єдиним власником якої був імператор самодержець Всеросійський, слугувало одним з елементів виділення у просторовій структурі міста адміністративно важливих споруд-символів верховної влади;

2. Є певна подібність у розміщені пам'ятників засновникам цих міст – Петрові I й А.Е. Рішельє. Вони стоять на площі напроти споруди, де раніше знаходилися органи державної влади Російської імперії. Від моря їх відділяє облаштована набережна з маршами до самої води, звідки відкривається найкращий ракурс для їх розгляду. Сам пам'ятник не має значного декору, і таким чином вся увага звернута саме на фігуру засновника міста в образі діяча епохи Пізньої Римської республіки/Ранньої Римської імперії, який створив місто *ex nihilo*;

3. Вказані пам'ятники Петрові I й А.Е. Рішельє є найстарішими зі збережених монументів на честь конкретної особи у Російській Федерації й в Україні, що говорить про їх виключне значення у

ментальній картині цих міст. Це підтверджується і тим, що у літературі та у міському фольклорі вони діють як живі персонажі;

4. Від пам'ятника засновнику міста веде пряма дорога до другого важливого постаменту в офіційній ментальній картині міста – монументу царю-благодійнику, який, з погляду офіційної історіографії Російської імперії, зробив найбільший внесок у розвиток Одеси Санкт-Петербурга. Причому декор цих пам'ятників доволі помпезний та у ньому представлені головні фігури їх царювання, що має вказувати на небувалий розквіт міста;

5. Існування легендарних у масовій свідомості й ментальній картині громадян Російської Федерації й України, створених офіційною історіографією і державною пропагандою, кораблів-символів, що чітко асоціюються з Одесою і Санкт-Петербургом, – унікальне явище у світовій історії. Ці образи були створені в 1927 р. С.М. Ейзенштейном у зразкових картинах світового кінематографа «Панцерник «Потьомкін»» і «Жовтень» у рамках радянського ерзац-варіанта християнської есхатології.

Список використаних джерел та літератури

1. Аксенов К. Трансформационное и пострасформационное городское пространство. Ленинград – Санкт-Петербург. 1989 – 2002 / К. Аксенов, И. Брадэ, Е. Бондарчук. – СПб: Изд-во «Геликон Плюс», 2006. – 284 с.
2. Бахнев В. Одесса во времени и пространстве: Путеводитель. / В. Бахнев. – Одесса: Астропринт, 2004. – 104 с.
3. Браун Е. Школа Анналов – «Новая историческая наука». Анналы экономической и социальной истории. Избранное / Е. Браун./ Пер. Н.Авдониной, Е. Балаховской, А. Зайцевой, К. Картуновой, М.Сокольской. – М.: Изд. дом «Территория будущего», 2007. – С. 7-23.
4. Балта. / Е.А. Бойко, М.А. Рубин, Т.А. Свистун // История городов и сел Украинской ССР: В 26 т. – Одесская область. – Киев: Ин-т истории АН УССР, Гл. ред. Укр. совет. энц., 1978. – С. 216-234.
5. Дяков Л.А. Цвет в ансамблях классицизма / Искусство ансамбля. Художественный предмет – интерьер – архитектура – среда / Л.А. Дяков / Сост. и науч. ред. М.А. Некрасова. – М.: Изобразительное искусство, 1988. – С. 205-227.

6. Загоруйко В. По страницам истории Одессы и Одесщины / В. Загоруйко. – Одесса: Одес. книжное изд., 1960. – Вып. 2. – 152 с.
7. Історія української культури: У 5-и т. – Т. 4, Кн. 2. – К. : Наукова думка, 2005. – 1294 с.
8. Кулибанов В.С. Ленинград / В.С. Кулибанов, А.И. Чистобаев. – М.: Мысль, 1990. – 271 с.
9. Кюстин А. де. Россия в 1839 году: В 2 т. / А. де. Кюстин / Пер. с фр. под. ред. В.Мильчиной. – Т.І. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 528 с.
10. Г.М. Восприятие города: геоурбанистические аспекты // Изв. Академии наук. Серия геогр. – 1993. – № 4. – С. 22-34.
11. Лавинский А.М. «Броненосец Потемкин. 1905 год». [Плакат] / А.М.Лавинский. – М. Б.и., 1926.
12. Ленинград / Большая советская энциклопедия: В 60-ти т. – Т. 14. Кукуруза – лесничество. – М.: Гос. науч. изд. «Большая советская энциклопедия», 1953. – С. 516–530.
13. Ленинград.Историко-географический атлас.– М. :Главное управление геодезии и картографии при Сов. мин. СССР, 1989.– 136 с.
14. Ленинград. Справочник туриста. – Л.: Лениздат, 1969.– 288 с.
15. Овсянников Ю. Доминико Трезини / Ю. Овсянников.– Л.: Искусство, 1988.– 223 с.
16. Одесса / Большая советская энциклопедия: В 60-ти т. – Т. 30
17. Николаев – Олонки. – М.: Гос. науч. изд. «Большая советская энциклопедия», 1954. – С. 520-522.
18. Одесса: город–агломерация–портово-промышленный комплекс / Под. общ. ред. А.Г. Топчиева. – Одесса: АО БАХВА, 1994. – 360 с.
19. Одесса. Центр города (м-б 1:8 000). – Киев: Научно-производ. предприятие «Картография», 2000.
20. Попова И.М. Языковая ситуация как фактор политического самоопределения и культурного развития (на материале изучения Одессы и Одесской области) / Попова И.М. // Социологические исследования. – 1993. – № 8. – С. 46-54.
21. Попович М.В. Нарис історії культури України / М.В. Попович. – Київ: АртЕк, 1998. – 728 с.
22. Родченко А.М. На днях в лучших театрах Москвы «Броненосец Потемкин. 1905 г.» [Плакат] / А.М. Родченко. – М.: Б.и., 1926.

23. Родченко А.М. «Броненосец «Потемкин» (1905 год)». [Плакат] / А.М. Родченко.– М.: Б.и., 1926.
24. Ромм А. Памятник Петру I в Ленинграде. Скульптор Э.-М. Фальконэ. 1716-1791 / А. Ромм. – М.-Л.: Гос. изд. «Искусство», 1944. – 24 с.
25. Слава Великому Октябрю / Художник А.Савин: Открытка. – М.: Министерство связи СССР, 1986.
26. Слава Великому Октябрю! / Художник В.Воронин: Открытка. М.: инистерство связи СССР, 1987.
27. Слава Великому Октябрю! / Художник А.Антонченко: Открытка. – Калинин: «Советский художник», 1969.
28. Слава Октябрю! / Художник К.Владимиров: Открытка. – Л.: «Советский художник», 1968.
29. Слава Октябрю! / Художник С.Казанцев: Открытка. – Л.: Министерство связи СССР, 1973.
30. Слава Октябрю! / Художник В.Смирнов: Открытка. – М.: Министерство связи СССР, 1988.
31. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М.: Советская энциклопедия, 1988. – 1600 с.
32. С праздником! / Художник А.Любезнов: Открытка. – М.: Министерство связи СССР, 1987.
33. Стенберг В. А. «Броненосец «Потемкин» (1905 год)». [Плакат] / В.А. Стенберг. – М.: Б.и., 1925.
34. Стенберг В. А., Стенберг Г. А. «Броненосец Потёмкин». [Плакат] – М. Б.и., 1929.
35. Тимофеенко В.И. Одесса: Архитектурно–исторический очерк / В.И. Тимофеенко. – Киев: Будівельник, 1983. – 160 с.
36. Тойнбі А. Дж. Дослідження історії: У 2–х т / А. Дж. Тойнбі / Пер. з англ. В. Шовкуна. – Т. 1. – Київ: Основи, 1995. – 614 с.
37. Тойнбі А. Дж. Дослідження історії: У 2–х т / А. Дж. Тойнбі / Пер. з англ. В. Митрофанова, П. Таращука. – Т. 2. – Київ: Основи, 1995. – 614 с.
38. Українська радянська енциклопедія: В 11 т, 12 кн. – Т. 11, кн. 2. Українська Радянська Соціалістична Республіка. – Київ: Гл. ред. Укр. рад. енцикл., 1984. – 496 с.
39. Шліпченко С. «Реальності культурних ландшафтів» та непереборна сила міфу / С. Шліпченко // Агора. – 2009. – Вип. 9. – С. 175–180.

40. Эйзенштейн / Н.Клейман / Кинословарь: В 2-х т. – М.: Сов. энци., 1970. – Т.2. М – Я. Дополнения, указатель. – С. 977–983.
41. Fernandez D. La magie blanches de Saint-Pétersbourg / D. Fernandez. – Paris: Gallimard, 1994. – 176 p.
42. Lacoste Y. De la géopolitique aux paysages. Dictionnaire de la géographie / Y. Lacoste. – Paris: Armand Colin, 2003. – 416 p.
43. Odessa. Yalta et Crimée / Sous la red. de M.Braunstein. – Paris: Autrement, 1997. – 192 p.

М.М. Стоянова

ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ БУДІВНИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ПОСТРАДЯНСЬКОГО КИЄВА)

Міські будівництва завжди у той чи інший спосіб мають бути позначені. В цьому сенсі зелений паркан, захисна сітка та інші атрибути цивілізованої забудови грають роль, очевидно, більшу, ніж прописана їм їхнім буквальним призначенням. На будівництві також часто представлені супровідні таблички, в яких зазначають типи і строки проведення робіт, вказують координати відповідальних установ, закликають бути обережними, просять вибачення «за тимчасові незручності», – одним словом, підтримують свого роду комунікацію з громадянами.

Важливо, що такі, придатні для швидкого прочитання знаки, у більшості випадків володіють монополією на інформування про стан речей. У великому місті відбувається надто багато топографічних подій, щоб особливостями кожної з них цікавився хтось іще окрім покупців/інвесторів, архітекторів, міських активістів та жителів прилеглих будинків. Саме тому для стороннього перехожого локальні забудови існують лише в тому вигляді, в якому вони йому представлені. Однією з «новинок» на ринку механізмів такого представлення є зображення, створені за допомогою комп'ютерної графіки. Надалі нас будуть цікавити ефекти подібних зображень. Але спочатку назвемо ще дві можливості «сценографії» будівництва, які варто розглядати в якості їхніх праформ.

«Маскою» недобудованого об'єкту може слугувати стяг, що розміщується на його вже зведеному каркасі і є його футуристичним зображенням в масштабі 1:1. Він приховує внутрішні генеративні процеси, захищає перехожих від будівничого пилу, а також,

наскільки вміє, прикрашає середовище. Без сумніву, існує він лише у зв'язку зі своїм об'єктом. Щось відчутно змінюється, коли стяг із модельним зображенням майбутньої *нової* будівлі розміщують перед залишками старої (мал.1). Для неіснуючого об'єкту це не маска, а реалістична декорація його майбутньої появи. Аранжуванням майбутніх появ займається візуальне моделювання, але – і це важливо – створені у такий спосіб підрядні образи можуть набувати нехарактерної для підрядного автономії. Так, наприклад, макет розігрує перед глядачем драму присутності свого об'єкту кожний раз, як береться поглядом під прямим кутом. Якщо ми дивимось на нього так, як могли б дивитися на екран, то вловлюємо всю реалістичну глибину пласкої картинки, для якої сюрреалістична примарність верхніх поверхів і мансард стає чарівливим доповненням. «*Dreams become places*»: рекламний стяг із таким написом було розміщено на сусідній будівлі. «Вже не dreams, ще не places» – можливий ідеологічний топос сучасного будівництва. Стосунок до суспільства споживання в цій, на перший погляд алогічній, послідовності ясний: споживання випереджає виробництво. На сьогоднішній день це звичайна справа, коли зведення об'єкту ще не почалося, а його площі вже придбані.

Так ми підходимо до того, що постмодернізм називає «симуляцією». Спочатку маскування відсутності, потім – симулякр, копія без оригіналу. Цифрові зображення, що все частіше сьогодні використовуються в каталогах нерухомості та на будівництвах, часто добре відповідають такому визначенню. Їхня присутність на парканах, разом із анотаціями до архітектурних проектів, не залежить прямо від того, чи почалося зведення будівлі, чи ні. В експансії цих образів вже значно менше просторового, ніж це було для «декоративних» стягів, натомість більше фотографічної переконливості конкретного.

Відомо, що аналогова фотографія використовується ідеологією, адже законне «це було» її денотативних значень має всі шанси розширитись на суму потрібних конотативних значень, чим засвідчити і їхню достовірність також. Що більше, це може стосуватись не лише актуального, але й перспективного. Для радянської фотографії, наприклад, таке змішування часів було принциповим: вона прагнула показати реальність «світом знятих протиріч», а можливі досягнення радянської людини – такими, що вже здійснені, не лише здійсненні. [1, с. 188-203]. В пресі, скажімо,

могла з'явитись розповідь про сім'ю, яка отримала квартиру в новобудові і дякує особисто будівельникам. Стаття могла супроводжуватись фотографією щасливої родини. Що ж, у такому випадку йшлося про подію, яка справді відбулась, і про емоцію, яка мала місце. Тим не менш, значення цим не обмежувалось, а включало в себе уявлення про сотні щасливих родин, які також дуже скоро отримають власні помешкання.

Проектна цифрова «фотографія» не стосується лише того, що буде, так само як і радянська аналогова не стосувалася лише того, що на той час було. Якщо ж остання для схоплення «світлого майбутнього» в сітку буденних репрезентацій намагалась використовувати монументальності узагальнень, то комп'ютерній графіці для того, щоб схопити перспективне і захопити ним, потрібна деталь. Найвдаліша деталізація для неї пов'язана, звичайно, з фотографічними ефектами. Навіть тоді це так, коли такі ефекти будуть мати мало спільного з реальністю неопосередкованого візуального сприйняття. Це можуть бути, до прикладу, світлові траєкторії фар і характерні перспективні викривлення (як на модельному зображенні офісно-торгівельного центру, Б. Хмельницького), «змиті» фігури людей в русі, тощо.

Такі міметичні жести модельних зображень додають їхнім образам певності, але не природної ваги. Радше, навпаки: фундамент може точитися хвилями світлого, чисте сяяння може перемішувати між собою маси – архітектурні, повітряні. Ще, часто, зображення неба позбавляє об'єкт ваги буденності (гегемонія неба). Образ емансипується від реальності, при тому повторюючи, що він - це реальність. В цьому сенсі те, як розміщено червоний напис «ПРОТЕСТ!» (а розмістили його автори статті про незаконну забудову Києва) виглядає навіть симптоматичним: «Р» має робити лінк до тексту, «П» має робити лінк до реальності. Це схоже на «протест» проти автономного існування цифрової графіки, якій байдуже до обставин реальності. Якщо ж буквальноше, то це протест проти розгортання неправомірних, слабо-координованих і спонтанних забудов, яким байдуже до конкретики місця.

У зв'язку зі сказаним повторимо основні архітектурно-проектні проблеми Києва: будівництво, яке випереджає детальну розробку і законне узгодження; будівництво в історичних зонах; сильна орієнтація будівництва на приватні капітали та інвестиції із

характерними для цього проблемами розвитку інфраструктури та соціальних житлових програм.

Небеззмисловним буде порівняти сучасну ситуацію з радянським досвідом і зробити це, зокрема, через особливості тогочасної *картографії*. Сучасні карти українських міст у своїй переважній більшості деталізовані і точні. Радянські, як відомо, не були тим, по чому можна було з певністю орієнтуватися. Вони демонстрували свідому неухагу до деталей і навіть похибки з орієнтацією за сторонами світу (захист від дійсних та уявних шпигунів)¹. При цьому радянське місто мало значно менше шансів розвиватися «хаотично» (держава як єдиний інвестор), натомість саме таку небезпеку демонструє пострадянське місто.

Часто наші очікування сьогодні мають безпосередній стосунок до ситуації минулого. Сформулювати це можна як «туга за радянським ладом» («лад» в значенні «впорядкованості»). З очевидністю, існують певні артикли, ширше – явища, які продовжують представляти позитивні сторони радянського виробництва: добротність, передбачуваність, інтенсивність. Звертаючись до будівництва, помічаємо, що державні проектні установи і будівельні компанії сьогодні презентують себе у дуже подібний спосіб. Так постер на честь 70-річчя Київпроекту не просто розказує про теперішні і минулі звершення установи, але і міцно пов'язує їх, вкладаючи в проміжок «1937-2007» без ані натяку на його внутрішню розбивку. На сайті Київпроекту той самий тип представлення: у розділі «Відзнаки і нагороди» хронологія проектів відверто збивається вже з четвертої позиції, а в цілому по текстах дуже слабо розділяються минуле й актуальне [див.: 2].

Цікаво, що іноді такий підхід може використовуватися не лише у фоновому режимі, але і «точечно», для конкретного будівництва. Зразковий приклад тут – метаморфози вже загаданого будівництва «*Офісно-торгівельного центру*» за адресою Б. Хмельницького 7. Розпочалося воно у 2006 році, а до кінця 2008 перетворилося на «*Ремонт гідроізоляції вестибюля станції метро Театральна і закріплення фундаменту прилеглих будівель*» (мал.3). Між цими двома датами знаходимо папери-позиви про незаконність будівництва, акції протесту тощо. Продовжуються вони і тепер, коли

¹ Що нагадує радянську ж практику фотографічних узагальнень, в якій показ фізіологічних подробиць не вітався.

на будівничому паркані вже немає згадок про гідроізоляційні роботи, як немає і репрезентації будівництва офісно-торгівельного центру. Залишилася тільки ледь помітна, фломастером виконана «план-схема» будівництва того ж самого «офісно-торгівельного центру». З тим, що стосується офіційних заборон і їх не виконання, можна познайомитися на веб-сайті Zabudovi.net². Ну а нас саме тут більше цікавлять парадокси представлення цього будівництва типологічно несумісними способами: спочатку в традиції сучасного капіталістичного суспільства, потім з ухилом в «радянськість».

Про «радянськість». Якщо б ми уявили себе сторонніми перехожими (тобто не мешканцями прилеглих будинків, не активістами, не читачами сайту Zabudovi.net), то повідомлення про гідроізоляційні роботи на паркані від компанії Київметробуд, скоріше за все, викликали б у нас довіру. Окрім офіційного повідомлення, на паркані були присутні також вибачення («...за тимчасові незручності...»), застереження («Шановні батьки!...»), вказівка («Прохід пішоходів»)..³ В кращих традиціях радянського аранжування будівництва. Стилїстика написів – відповідна.

Про що свідчить така апеляція до «радянськості», так це про бажання запевнити громадян в плановості того, що відбувається. В плюс цій риториці варто зарахувати і «боротьбу зі стихією» (підземними водами). Щось телуричне і фундаментальне відчувається в цій названій боротьбі. Тут навіть варто намітити опозицію з тим, якими позбавленими ваги і фундаменту є проекти будинків-мрій, репрезентованих в сучасному дусі: після цифрової репрезентації офісно-торгівельного центру, репрезентація укріплення метрополітену виглядає так (хоче виглядати так), ніби роботи нарешті набрали своєї буттєвої ваги і важливості.

Можна сказати, що підміна стратегій відбулась, коли владна стратегія капіталу дала збій. (А ініціаторами такого збою можуть ставати або локальні спільноти мешканців, які, в тій мірі, в якій вони територіально закріплені, являють собою органічну опозицію детериторіалізованому капіталу, або інший капітал.) Під дією тих самих сил програшною, врешті решт, виявилась і друга стратегія.

² Всі матеріали до 05.04.2009 тут:

www.zabudovi.net/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=60&Itemid=70

³ на сьогодні від цього набору конвенційних повідомлень лишилось тільки «Бережись автомобілю!» (не ясно, втім, чи це досі застереження, чи вже погроза).

Варто сказати, втім, що у багатьох випадках, навіть за відчутної потреби збої не відбуваються вже на першому рівні, і важливим фактором в закріпленні статусу кво тоді виступає апеляція до цінностей суспільства споживання, в якій отримує вираження сомнамбулічна візуалізація вже-існування об'єктів як товарів-мрій.

Список використаних джерел та літератури

1. Орлова Г. «Воочию видим». Фотография и советский проект в эпоху их технической воспроизводимости / Г. Орлова // Советская власть и медиа. / Под. ред. Х.Гюнтера, С.Хэнсен. – СПб.: Академический проект, 2005. – С. 188 – 203.
2. Офіційний сайт ПАТ «Київпроект» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kyivproekt.com.ua/ua/vidzntanag.html>

СПИСОК АВТОРІВ

Андрєєва Ганна Петрівна – викладач кафедри туризму Чернігівського державного інституту економіки і управління, кандидат економічних наук

Дьомін Денис Євгенович – незалежний перекладач.

Дорош Марія Сергіївна – доцент кафедри менеджменту Чернігівського державного інституту економіки і управління, кандидат технічних наук, доцент.

Задорожна Світлана Миколаївна – доцент кафедри менеджменту Чернігівського державного технологічного університету, кандидат економічних наук.

Ітченко Дмитро Миколайович – аспірант Чернігівського державного інституту економіки і управління

Карпенко Наталія Леонідівна – старший викладач кафедри менеджменту Чернігівського державного інституту економіки і управління.

Карпенко Юрій Михайлович – завідувач кафедри маркетингу Чернігівського державного інституту економіки і управління, кандидат економічних наук, доцент.

Коваль Петро Федорович – завідувач кафедри туризму Чернігівського державного інституту економіки і управління, кандидат економічних наук, доцент.

Лаєвський Сергій Лазаревич – директор Чернігівського обласного історичного музею імені В.В. Тарновського .

Марченко Наталія Андріївна – старший викладач кафедри фінансів Чернігівського державного інституту економіки і управління, кандидат економічних наук.

Мужикова Наталія Михайлівна – начальник юридичного відділу апарату Чернігівської обласної державної адміністрації, магістр державного управління.

Пилинський Ярослав Миколайович – директор Київського офісу Інституту Кеннана, кандидат філологічних наук.

Ребенок Аліна Володимирівна – доцент кафедри менеджменту Чернігівського державного інституту економіки і управління, кандидат економічних наук, доцент.

Савчук І. Г. – на час друку збірки назва посади та ім'я автора невідомі.

Стоянова Марія Михайлівна – незалежний експерт.

**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ
ЯК ІНСТРУМЕНТ МІСЦЕВОГО РОЗВИТКУ:
матеріали міжнародного семінару**

Головн. ред.: В.М. Бойко
Техн. ред.: Л.А. Чабак
Комп'ют. наб. та верстка: А.В. Панченко
Коректор: Т.К. Карпенко

Підписано до друку 19.09.2013 року
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк на різнографі. Ум. друк. арк. 4,12. Обл.-вид. арк. 4,97
Тираж 300. Зам. № 4-7/13.

Комунальний заклад «Чернігівський центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, держаних підприємств, установ і організацій»
(офіційна скорочена назва – Сіверський центр післядипломної освіти)
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4438 від 13.11.2012.

14000, м. Чернігів, просп. Миру, 43
Тел. (0462) 774-312 Факс (0462) 676-052
Електронна пошта: chcppk@gmail.com
Інтернет: <http://www.center.uct.ua>