

Д.е.н., проф. Мокий А.І.,

Моренова Н.Ю.,

Дідич О.-Г.О.

**СТРУКТУРНО-ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НАРОДНОЇ ТВОРЧОСТІ
АННОТАЦІЯ**

Обосновано взаємозв'язок між культурою та економікою, а також вплив світової культури на національні культурні цінності, і навпаки. Доведено, що саме національне культурне спадщина слугує основою формування міцних і природних для нації зв'язків між елементами соціально-економічної системи: індивідом, сім'єю (домашнім господарством), громадою міста (села), населенням регіону, етнічної групою, нацією.

Розглянуто розвиток ремесел та народних промислів на території України в історичному контексті. Зроблено аналіз європейського досвіду комерціалізації культури та запропоновано використання позитивної практики структурно-інституційного забезпечення конкурентоспроможності продукції народного мистецтва в умовах української економіки.

Обосновано, що саме культурний розвиток може стати двигачем як соціальних, так і економічних реформ і на загальнодержавному, і на місцевому рівнях. Адже ефективне використання культурних ресурсів сприятиме розвитку територій – культурних ячеек, а також економічному відродженню сільських громад шляхом зайнятості в сфері народних промислів. Існуючі культурні ресурси можуть стати основою розвитку окремого міста (села) або району України, а також сприяти соціально-економічному розвитку держави в цілому.

Доведено, що основою як культурного, так і соціально-економічного розвитку місцевих громад, можуть стати кооперативи виробників культурного продукту, наприклад продукції народного мистецтва, адже для

деятельности ремесленников всегда были характерными интеграция и кооперация. Предложена схема построения кооператива, обоснованно его функции и задачи.

1. Загальний контекст проблеми. Глобалізація як унікальний і всеохоплюючий процес уніфікації і стандартизації каналів потоків капіталів, товарів, робіт, послуг, людських, знанневих та інформаційних ресурсів істотно знижує трансакційні видатки економічної взаємодії і зумовлює ріст масштабів та динаміки розвитку глобальної економіки. Для країн-лідерів цього процесу він є, безсумнівно, корисним, хоча однозначний висновок про це ще потребує історично тривалішого періоду часу для оцінки того, чи наддержавні системи регулювання упорядковують світову цивілізацію і світові господарські зв'язки, чи, як стверджує Зігмунт Бауман (Z.Bauman, 2002), глобалізація – „... це невизначений, некерований і самостійний характер всього, що відбувається у світі: відсутність центру, пульта управління, ради директорів або головної контори... просто інша назва „нового світового безладу Джоуїтта”.

Для країн-аутсайдерів глобалізація світогосподарських зв'язків призводить і до негативних наслідків – консервації відставання, витіснення на стратегічно неперспективні ніші економічної діяльності, посилення залежності від зовнішніх впливів та невизначеності (нестабільності) економічного розвитку. Особливо небезпечним потрібно вважати втрату самоідентичності як окремим індивідумом, так і сім'єю, етнічною групою, нацією у процесі стандартизації поведінки, мотивів і втрати історичної пам'яті.

Позбавлення „коріння” видатна французька громадська діячка і філософ Сімона Вейль (S.Weil, 1999) вважає однією з найнебезпечніших втрат сучасного цивілізаційного поступу. Ситуація багатократно ускладнюється для новостворених держав, які знаходилися у складі колоніальних чи неокolonіальних імперій, з полі етнічним складом населення, поліконфесійністю і, головне, недосконалою структурною побудовою

суспільно-економічного устрою та її інституційною базою. Тут під „структурою” ми розуміємо не лише елементний склад соціально-економічної системи, але й зв’язки між елементами, а також їх інституційне закріплення у вигляді формальних і неформальних правил (D.North, 1998). Причому для таких країн властиве домінування неформальних правил та „відрив” формальних від історичного „коріння” нації внаслідок їх прискореної уніфікації за глобальними стандартами. Неважко побачити, що йдеться про українську дійсність, яка істотно ускладнюється „позбавленням коріння” внаслідок втягування людського капіталу у процес міжнародної міграції робочої сили на невігідних умовах і стратегічно загрозливих для розвитку країни масштабах.

Захист від несприятливого подальшого розвитку вбачається у синтезі двох тез „культура є важливою” та „історія є важливою” (D.North, 1998). Власне, остання теза впливає з поняття інерційності соціально-економічної системи у позитивному розумінні цього поняття. Щодо першої тези, то йдеться не лише про збагачення нації культурними досягненнями світової цивілізації, але й про повернення до національної культурної спадщини. Остання розглядається як базис формування міцних та природних для націй зв’язків між елементами соціально-економічної системи: особою, сім’єю (домашнім господарством), громадою міста (села), населенням регіону, етнічною групою, нацією.

2. Історико-культурний аспект. У народній культурі важливу роль відіграє декоративне мистецтво, яке художньо-естетично формує середовище, створене людиною. До нього належать такі види, як декоративно-прикладне, монументально-декоративне, оформлюване, театральне-декоративне тощо. Народне декоративно-прикладне мистецтво – одна з форм суспільної свідомості і суспільної діяльності. Воно зародилось у первісному суспільстві, коли людина жила в умовах родового ладу, а засоби для існування добувала примітивними знаряддями. Тоді вся діяльність була тільки колективною.

Народне декоративне мистецтво України розвивалося у двох основних напрямках – домашнє художнє ремесло й організовані художні промисли, пов'язані з ринком. Ці дві форми розвивались паралельно, тісно переплітаючись між собою і взаємозбагачуючись. Природні багатства України, вигідне географічне і торгівельне положення сприяли розвиткові домашніх ремесел та організованих домашніх промислів.

У різні історичні епохи, залежно від зміни соціальних організацій, зазнавало змін і народне декоративне мистецтво. Однак завжди його визначальними рисами залишалися колективний характер творчості, спадковість багатовікових традицій. Ручний характер праці давав змогу імпровізувати, творити неповторне, мати “свою руку”, “власний почерк”. Але що б нового не творила кожна людина, вона завжди залишалась у межах художніх традицій того середовища, де працювала.

Середньовічне українське ремесло і промисли були тісно пов'язані з місцевим геосередовищем. Адже в доіндустріальну епоху життєдіяльність кожного етносу і його локальних популяцій безпосередньо була пов'язана з місцевим ландшафтом, з якого він отримував все необхідне для свого існування. Відповідно, розвивалися ті ремісничі галузі, що, по-перше, мали місцеву сировинну базу і, по-друге, продукція яких була необхідна для життєдіяльності населення у певних природно-кліматичних умовах України. Диктували свої вимоги культурні традиції, а також соціальне середовище, в якому знаходила збут продукція ремісників. Так відбувався симбіоз природних факторів і культурних традицій у розвитку українського середньовічного ремесла.

До найпоширеніших ремесел середньовічної України належали деревообробні. Адже в той час з дерева виготовлялася переважна більшість будівель, знарядь, хатнього начиння, транспортних засобів, що дало підставу дослідникам твердити про існування “дерев'яного віку” у слов'ян, в тому числі й в українців. Майстри були добре обізнані з властивостями різних порід

дерева, підбираючи конкретно для кожного виробу чи його деталей спеціальні сорти та враховуючи сезонність заготівель. Найдавнішими способами обробки дерева були випалювання та видовбування. У такий спосіб виготовляли кадовби, жлукти, ступи, човни, ложки. До пізніших деревообробних ремесел належить бондарство. Стельмахи виробляли різні типи возів, волокущ, саней. Теслярі споруджували житла та інші будівлі. Виробництвом знарядь праці (сохи, рала, плуги, борони та ін.), а також хатнього начиння (лави, столи, скрині, віконні рами, двері) займалися столяри. З кори дерев, дранки, лубу плели різні види коробок, кошелів.

Дуже важливими ремеслами були прядіння і ткацтво. Тканину виготовляли з льону, шерсті, конопель переважно на горизонтальних ткацьких станках.

Обробка шкіри здійснювалася різними способами із застосуванням хлібного квасу, крейди, попелу, дубової кори, глини. Шкіряне виробництво диференціювалося на самостійні ремесла: чинбарство — вичинка шкіри, кушнірство — виготовлення хутряного одягу, шевство — шиття взуття і лимарство — виробництво зброї.

Кераміка, виготовлювана гончарями, — давня і самотня галузь культури українців. Користуючись ножним гончарним кругом, гончарі виробляли побутовий посуд (миски, ринки, горщики, кашники, глечики, барильця, куманці), декоративний посуд, а також оздоблювальні кахлі й будівельні матеріали (черепицю, цеглу).

Дуже важливу роль у виробничому житті відігравала обробка металу. Адже саме метал, на базі якого було здійснено більшість технічних винаходів, що, врешті, зумовили й світоглядні зміни культури нового часу, значною мірою визначав розвиток культури загалом. Для виплавляння металу використовували, в основному, болотяну руду, значні поклади якої знаходилися на Поліссі, Наддніпрянщині, Закарпатті, Буковині, Галичині. Виготовляли залізо здебільшого селяни на невеликих руднях, де застосовувалися

вдосконалені сиродутні горни та домниці — шахтоподібні печі, обмазані глиною.

Виготовлення скла — гутництво — існувало в добу Київської Русі, але особливо широко розповсюдилось у XV ст. Найбільше гут діяло на Чернігівському та Волинському Поліссі, що зумовлювалося запасами необхідної сировини: піску, крейди, вапна, поташу. Гутники працювали переважно родинними колективами, нерідко орендуючи панську землю. Виготовляли скляні браслети й намистини, віконне скло, посуд — столовий, кухонний, пізніше також аптекарський.

На відміну від села, у місті існувало професійне ремесло. Воно становило виробничу основу середньовічного міста. Ремісники (із сім'ями, учнями та підмайстрами) складали до 25 — 36% міських жителів. У XIII — першій половині XVII ст. міське ремесло носило переважно товарний характер (хоча й певною мірою обмежений). Розвиток його йшов по лінії поглиблення поділу праці та більшої спеціалізації. Для міського ремесла були характерні збереження й нагромадження знань, піклування про виховання нових фахівців. Саме міські ремісники вважалися творцями і охоронцями інформації, нових технічних ідей і рішень, які, хоч і повільно, але все ж входили у виробничу культуру.

Найбільшими ремісничими центрами були міста західних регіонів, що менше постраждали від монгольської навали, а потім від татарських нападів: Львів, Луцьк, Кам'янець, Володимир, Крем'янець, Холм, Красностав, Буськ, Ковель, Перемишль.

З другої половини XIX ст. народні ремесла і промисли на Україні почали занепадати, не витримуючи конкуренції зі зростаючою промисловістю. Виняток становили хіба що Полісся, Карпати й Галичина. Діапазон сучасних ремесел і промислів значно звужився, але ті їхні види, що збереглися досьогодні, розвиваються як важливі складові декоративно-прикладного мистецтва, що задовольняють художні запити населення.

3. Європейський досвід та українська дійсність. Тривалий час ми не сприймали думку про те, що культура може бути дотичною до економіки, до прибутку. До усвідомлення взаємозалежності між культурою та економікою в країнах Західної Європи прийшли ще чверть століття тому, коли почали підтримувати зародження підприємництва в культурі — незалежні музичні центри, дизайнерські майстерні, кіностудії тощо. Але глибоке розуміння того, що основною метою економічного розвитку є створення культурних цінностей і що культура виступає головним рушієм і показником економічних змін, з'явилося лише в середині 90-х років минулого століття. Протягом останнього десятиліття були розпочаті серйозні дослідження культурного сектора та різних видів економічної діяльності, що його живлять і розвивають. Саме тоді ввійшли в обіг такі поняття, як „нова економіка”, „творча економіка”, „культурні індустрії”, „культурні ресурси”, „етнотуризм” тощо.

В Україні ще не прийнято характеризувати економічними визначеннями такі поняття, як культура чи духовна спадщина – тобто усе те, що є основою культурного розвитку. Проте саме культурний розвиток може стати рушієм як соціальних, так і економічних реформ і на загальнодержавному, і на місцевому рівнях. З одного боку, ефективне функціонування сфери культури може забезпечити значні надходження у державний та місцеві бюджети. З іншого боку, ефективне використання культурних ресурсів сприятиме розвитку територій – культурних осередків, а також економічному відродженню сільських громад шляхом зайнятості у сфері народних промислів. Наявні культурні ресурси (історичні пам'ятки, визначні об'єкти сучасності, осередки народної творчості) можуть стати основою розвитку окремого міста (села) чи району України.

Європейська практика свідчить, що успішний розвиток місцевих громад шляхом використання культурних ресурсів та створення культурних індустрій (наприклад, виробництва) визначають три передумови. А саме: необхідність змін (кризова ситуація, що вимагає розв'язання; загроза занепаду міста чи

району внаслідок економічної та соціальної кризи; небажання місцевої громади жити в існуючому становищі — відтік сил тощо); наявність людей, здатних генерувати зміни (у нас їх називають ентузіастами або реформаторами, хоч останнє визначення внаслідок припущених помилок, яких уникнути неможливо, здобуло трохи негативне забарвлення); і нарешті — готовність місцевої влади підтримати, а то й очолити такі зміни.

Якщо питання необхідності змін стоїть практично перед кожною місцевою громадою в Україні як питання її майбутнього, якщо й досі не бракує творчих сил, здатних виступити генераторами змін, то далеко не завжди місцеві керівники поділяють та підтримують ці зміни, а надто, коли вони виводять на перший план питання культурного розвитку.

4. Формування інституцій та структурні зміни: практичні кроки в історичному контексті. На наше переконання, основою як культурного, так і соціально-економічного розвитку місцевих громад, можуть стати кооперативи виробників культурного продукту, наприклад продукції народної творчості. Адже для діяльності ремісників завжди були характерними інтеграція та кооперація. Так, для ремесла середньовічних українців властивою була цехова організація. При цьому в тій чи іншій формі відбувалося запозичення елементів цехової організації з Західної Європи. Наявність власне цехів в українських містах документально засвідчена з кінця XIV ст. (Львів, Перемишль). Спочатку кількість цехів у містах була невеликою і об'єднували вони переважно ремісників не однієї, а кількох спеціальностей. З поглибленням спеціалізації в середині ремісничих галузей майстри окремих спеціальностей виділялися в самостійні цехи. Так, у Львові наприкінці XIV ст. було відомо 4 цехи, 1425 р. — 10, 1579 р. — 20, а в першій половині XVII ст. кількість цехів досягла 33. Об'єднували вони понад 500 майстрів 133 спеціальностей.

Ремісничі цехи були типовими корпораціями європейського середньовіччя. Нерівноправні між собою, корпорації базувалися на принципі рівності своїх співчленів. Попри майнову диференціацію, характерною рисою

корпорацій до кінця середньовіччя була наявність “горизонтальних” зв’язків між їхніми членами на відміну від “вертикальних” відносин панування й підлеглості.

Володіючи правами, закріпленими у наданнях (“привілеях”) сюзерена і ухвалах міських властей, корпорації створювали необхідні умови для професійної діяльності своїх членів, забезпечували особисту свободу й права, збереженість майна в умовах свавілля феодалів, політичної нестабільності, частих стихійних лих. Одним з головних завдань, що стояли перед цехами, була боротьба за монопольне право їхніх членів на виробництво і збут певного виду продукції у межах міста й околиці. Це було життєво важливо в умовах вузького середньовічного ринку.

Ремісничі цехи поширювали вплив на всі сторони життєдіяльності своїх членів. З метою збереження корпоративної єдності вони стримували майнову диференціацію, на що була спрямована регламентація виробничої сфери, зокрема обмеження кількості учнів і підмайстрів, регламентація кількості й якості виробів, вимога рівномірного розподілу замовлень, усунення конкуренції тощо. Недопущенню збідніння окремих майстрів запобігав розгалужений механізм взаємодопомоги (грошові пожертви й позики, допомога роботою, різні пільги тощо). Цехи стежили за дотриманням ремісниками правил поведінки та моралі, організовували спільні свята, утримували церкви й каплиці. Окремі об’єднання мали власну атрибутику й символіку: геральдичні емблеми, прапори, печатки, ікони святих покровителів. В їхньому оформленні, прикрасах та одязі майстрів певну роль відігравала кольорова символіка, специфічна для деяких цехів.

Членами цехів вважалися лише майстри (“брати”). Старші майстри (“старші брати”) утворювали свого роду ради старійшин (“колегії столових”). Підмайстри й учні як особи, соціалізація яких не завершилася, до власне цехів не належали. Справами цехів керували виборні посадові особи: один-два цехмістри, лавники, скарбник (шафар). У своїй діяльності цехи керувалися

статутами, складеними ними самими і потім затвердженими державними та міськими властями чи власниками приватних міст. У західноукраїнських містах статuti дуже ретельно регламентували цехове життя.

За аналогією середньовічних ремісничих корпорацій сучасні виробники продукції народної творчості могли б об'єднуватись в кооперативи за схемою, зображеною на рис. 1.

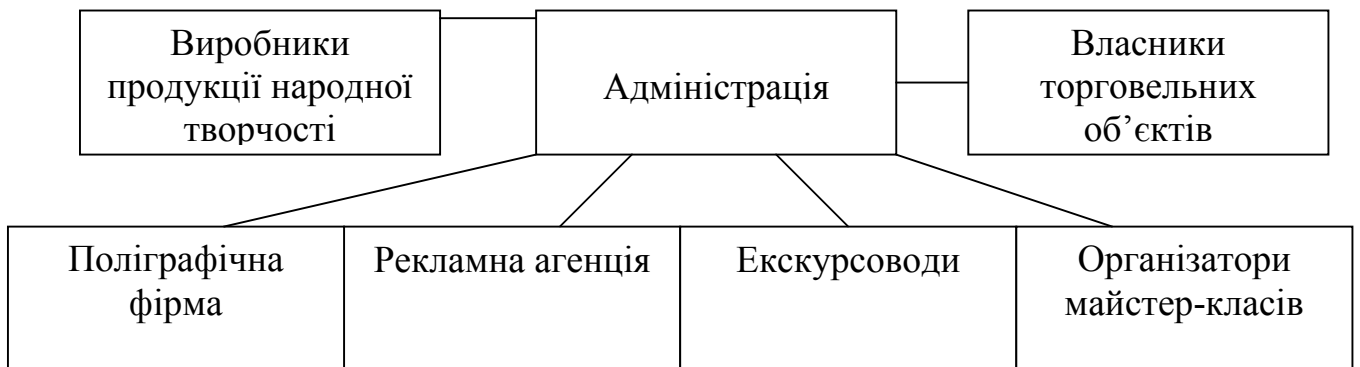


Рис.1. Схема побудови кооперативу

До кооперативу можуть приєднуватись і власники агроосель. Адже багатьох туристів, особливо з інших країн, приваблює відпочинок не на традиційних курортах України, а в середовищі живої природи – так званий етнотуризм. Конкурентними перевагами такого виду туризму вони називають домашню етнічну атмосферу, увагу і гостинність, що неможливо мати у великих туристичних містах, екологічно чисті продукти, смачні домашні національні страви, традиційну архітектуру і самобутні народні традиції, можливість купити вироби народних умільців, а також навчитись самостійно їх виготовляти.

До функцій кооперативу віднесемо: дослідження кон'юнктури ринку; розробка маркетингових стратегій; обґрунтування політики ціноутворення; організація просування товарів; дослідження законодавчого поля та лобіювання інтересів членів кооперативу в органах місцевого самоврядування; координація дій членів кооперативу; вивчення зарубіжного досвіду та його адаптація до місцевих умов; створення інформаційних буклетів про діяльність кооперативу; розповсюдження інформації в готелях, туристичних фірмах; розробка турів в

місця-осередки народних промислів, де туристи самостійно можуть навчитися народним промислам; співпраця з міжнародними донорськими фондами, розробка та реалізація проектів.

Освоївши вітчизняний ринок, кооперативи могли б розширити ринки збуту продукції народних ремесел і за кордон. Зважаючи на те, що потенційними покупцями за рубежем нашої держави є етнічні українці, то в першу чергу доцільно освоювати ринки тих країн, де проживають найбільші українські діаспори: Росії (4,4 млн осіб), США (2 млн осіб), Канади (1 млн осіб), Казахстану (896 тис осіб), Молдови (600 тис. осіб), Бразилії (400 тис. осіб), Білорусі (291 тис. осіб), Аргентини (250 тис. осіб) (В.Крисаченко, 2005).

Одним з пріоритетних завдань кооперативу повинно стати забезпечення конкурентоздатності продукції, що виготовляється його членами, в чотирьох напрямках:

- посилення конкурентних переваг (кваліфікація людських ресурсів, наявність і доступність сировини, автентичність та оригінальність ідей, неповторність дизайну виробів, невисокі ціни);

- нівелювання слабких сторін, які стримують розвиток народної творчості та знижують конкурентоспроможність продукції (відсутність фінансових ресурсів для належної реклами та організації інших заходів щодо стимулювання продажу товару, недостатня обізнаність потенційних споживачів, незручність умов купівлі-продажу продукції творів народної творчості, відсутність інформації про товар, що пропонується, особливо на іноземних мовах);

- врахування загроз діяльності кооперативу (несприятливе законодавче поле, відсутність підтримки розвитку народної творчості як на державному, так і на місцевому рівні) та лобіювання його інтересів на державному рівні;

- максимально ефективне використання потенційних можливостей (розширення асортименту, розповсюдження інформації, підвищення зацікавленості туристів, особливо іноземних, у продукції народної творчості);

- підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою використання маркетингових інструментів (С.Скибінський, 2000) створення корисності у вигляді форми, часу, місця продажу товару, умов для перенесення права власності на товар, забезпечення престижності, репутації (рис. 2).

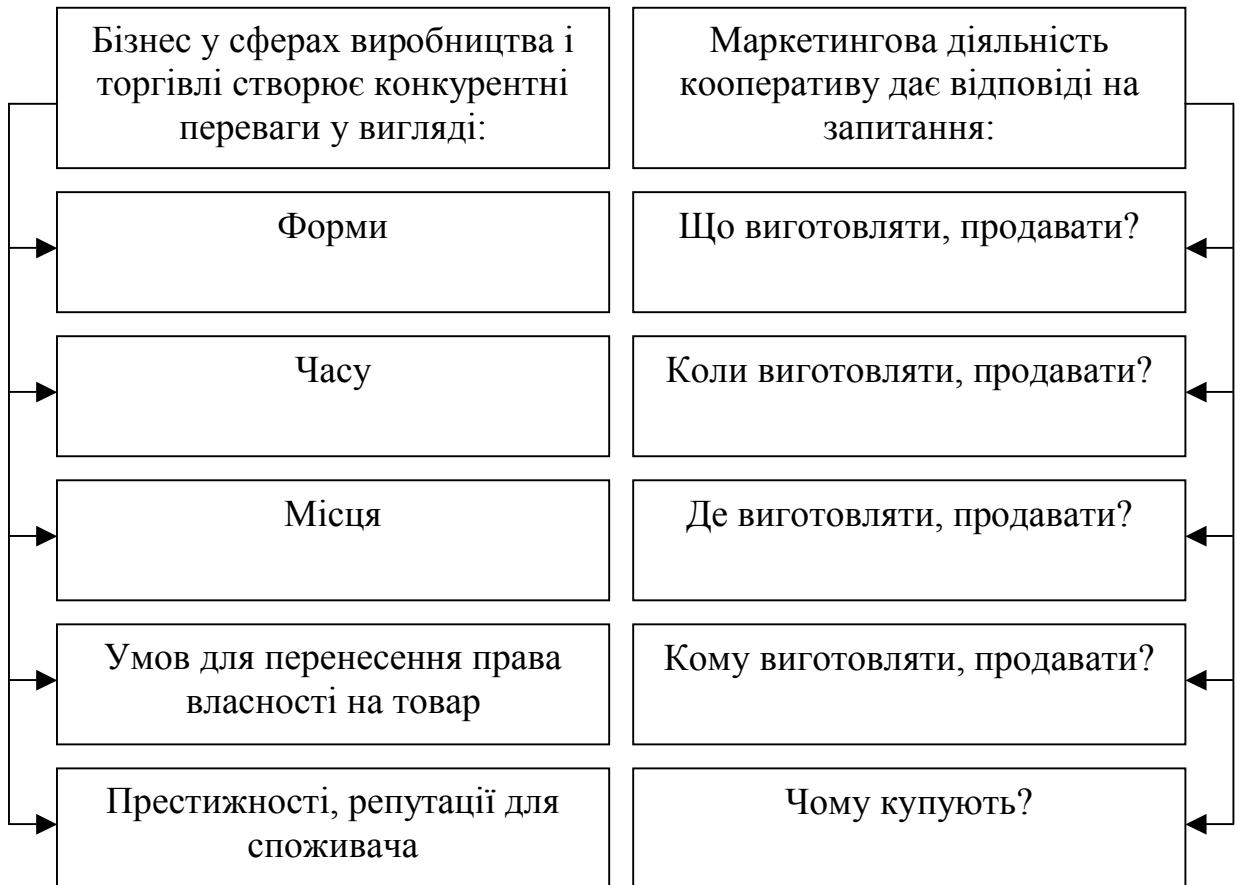


Рис. 2. Функції кооперативу та завдання маркетингу

Через участь у кооперативі в практиці діяльності народних умільців розповсюдиться економічний розрахунок, поняття ефективності, уявлення про партнерів та конкурентів. Для індивідуальних виробників об'єднання в кооператив означатиме активність у створенні культурного продукту, у формуванні і задоволенні запитів реальних та потенційних споживачів. Це також сприятиме економічному відродженню сільських громад шляхом самозайнятості у сфері народних промислів, народне ремесло стане джерелом доходів для селян. Ставлячи процес розвитку народних промислів на економічну основу, кооперативи досягнуть не тільки збереження культурної

спадщини своїх регіонів, а й створять нові робочі місця, сприятимуть надходженню коштів у регіон, популяризації регіону, покращуючи тим самим його інвестиційну привабливість.

Таким чином, створення кооперативів стане інституційною базою структурних змін на внутрішньому і зовнішньому ринках продукції народної творчості, що виготовляється місцевими умільцями. Створення кооперативів стане потужним фактором модернізації культурного середовища територій, що обумовить еволюцію технологій не лише гостинності, але і потужного розвитку туристичного бізнесу як фактора соціально-економічного становища регіону.

Список літератури:

1. Бауман З. Глобализация: последствия для человека и общества / Пер. с англ. – М.: Изд-во «Весь мир», 2004. – 188 с.
2. Вейль С. Укорінення. Листи до клірика. – Львів: Каменяр, 1999. – 120 с.
3. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки. – К.: Основи, 2000. – 198 с.
4. Крисаченко В. Динаміка населення: популяційні, етнічні та глобальні виміри: Монографія. – К.: НІСД, 2005. – 368 с.
5. Підпригорщук Я. Дозвіллева діяльність на селі // <http://www.mincult.gov.ua/index.php?level=3&fname=files/pid.csv&templ=p21&wrd=%F4%B3%ED%E0%ED%F1%F3%E2%E0%ED%ED%FF>.
6. Історія української культури. Т.2. – Київ, 2001. – 416 с.
7. Українська минувшина: Ілюстрований етнографічний довідник / За ред. А.Пономарьова. – Київ, 1993. – 320 с.
8. Скибінський С. Маркетинг. Ч.1: Підручник. – Львів, 2000. – 640с.