

**Савончук Раїса Олександрівна,**  
*магістр документознавства та інформаційної діяльності Національного університету “Острозька академія”*

## **ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ ЗБРОЄЮ**

*Досліджено інформаційну діяльність України у сфері міжнародної торгівлі товарами військового та спеціального призначення, вироблення механізмів підвищення її ефективності. Розкрито системний характер національного експорту озброєнь та світового ринку військової продукції, обґрунтовано необхідність їх регулювання шляхом відповідної державної політики.*

*The author investigates the information activity of Ukraine in international trade in goods for military use and special purpose, develops mechanisms for improving efficiency, and also exposes the system character of national arms export and world market of military products, proved necessity of their adjusting by the proper public policy.*

Актуальність теми полягає у дослідженні теоретичних і практичних аспектів розвитку військово-промислового комплексу та виставкової діяльності України тому, що ринок озброєння має тісний зв'язок з економічними і політичними вимірами системи міжнародних відносин і нерідко використовується деякими суб'єктами як основний фактор впливу.

Дослідження проводиться з метою вивчення сутності інформаційної, а саме виставкової діяльності України у сфері торгівлі зброєю.

Мета дослідження визначає його завдання, які полягають у тому, щоб:

- розглянути особливості роботи військово-промислового комплексу України та його основних елементів;
- розглянути основні засоби інформаційної діяльності України;
- визначити суті та принципів стратегічного партнерства та зробити аналіз відповідності стану сьогоденних двосторонніх

відносин України в пріоритетних сферах рівню стратегічного партнерства;

- дослідити сутність та значення військових виставок для розвитку економіки країни;

- проаналізувати виставкову діяльність українських підприємств;

- визначити основні проблеми та перспективи проведення збройних виставок в Україні.

При підготовці дослідження використано тематичні статті українських науковців – О. Маначинського, В. Бадрака, С. Згурця, в яких аналізуються окремі аспекти політики України в галузі експорту озброєнь, експортні можливості національного ВПК, конкретні експортно-імпортні угоди, викладаються перспективи просування української продукції на регіональних ринках, крім того використані були інтернет-джерела офіційних сайтів Міністерства оборони, закордонних справ, промисловості України та Щорічника СІПРІ: Озброєння, роззброєння та міжнародна безпека, розглядалися статті періодичних видання України та Росії, а саме “Дзеркало тижня”, “Стратегічна панорама”, “Кореспондент” та ін.

Міжнародні передачі товарів військового призначення являють собою глибоко укорінене явище, що характерне для розвитку для сучасних міжнародних відносин. Незважаючи на доволі обмежену частку обсягів торгівлі зброєю в загальносвітовому товарообігу, саме військово-технічне співробітництво держав визначає рівень взаємної довіри, значною мірою впливає на формування та подальший характер відносин між ними.

Торгівля зброєю з розмахом чимось подібна до бійцівського клубу, де кожний має право сам вибирати стиль і правила боротьби, і навіть спосіб досягнення максимального результату – командний чи індивідуальний. А виставки озброєнь – як контрольне зважування перед боєм, де кожний, не забуваючи усміхатися, прицінюється до конкурентів, звіряє свої сили і можливості з потенціалом суперника або шукає союзників.

В умовах розвитку глобалізаційних процесів, динамізації кон’юнктури світових товарних ринків, загострення конкуренції і стрімкої трансформації ринкового середовища компанії прагнуть – і це цілком зрозуміло – використовувати найбільш ефективні та економічно виправдані методи підтримки конкурентоспроможності. Одним із них є участь у міжнародних виставках і ярмарках, які сьогодні за своєю сутністю та функціональною спрямованістю перетворилися із раніше звичних

демонстраційно-збутових заходів на високо інтегрований механізм багатьох інструментів маркетингу.

Військово-промисловий комплекс (ВПК) України – це могутня система підприємств, що виробляє бойову техніку, озброєння і боєприпаси. Основні галузі ВПК України – виробництво ядерної зброї, авіаційна, ракетно-космічна, бронетанкова, суднобудівна промисловості засновані на понад 30% ВПК Радянського Союзу [5, с. 48].

Сьогодні Україна прагне посісти більш стійку позицію на світовій арені. Для цього вона має великий потенціал у ракетно-космічній, суднобудівній, бронетанковій, авіаційній сферах, виробляючи при цьому якісну, дешевшу і кращу в тактико-технічній характеристиках. Співпрацюючи з більш ніж 80 країнами світу, вона формує і реалізує спільні проекти, просуває свою продукцію на ринки третіх країн. Здійснює вона це за допомогою таких підприємств як ДП ЗМКБ “Прогрес”, ДП Завод “Арсенал”, ХДАВП, Київський АНТК ім. Антонова, ЦКБ “Арсенал”, ДАХК “Артем”, ВАТ “Мотор-Січ”, Завод 410 ЦА, Казенний завод “Іскра”, ВАТ “Укрелектроапарат”, ДН НВКГ “Зоря-Машпроект”, Красилівський агрегатний завод та інші підприємства, які підпорядковані державній компанії “Укрспецекспорт” [49].

Але у виробництві військової промисловості є ряд серйозних бар’єрів, що заважає зміцненню нашої держави на цьому ринку: є нестача коштів на утримування представництв “Укрспецекспорт” [4].

За останні шість років стратегічними (особливими, ключовими) проголошено відносини України з 19 країнами світу. Сьогодні ми стратегічно дружимо з Азербайджаном, Аргентиною, Білорусією, Болгарією, Угорщиною, Грузією, Німеччиною, Ізраїлем, Канадою, Китаєм, Молдовою, Польщею, Росією, Румунією, Словаччиною, США, Туреччиною, Узбекистаном і Фінляндією.

Стратегічне партнерства – це наявність такої міждержавної взаємодії, яка дозволяє партнерам, об’єднавши зусилля, досягнути життєво важливих внутрішніх і зовнішньополітичних цілей. Стратегічна взаємодія – комплексна, вона охоплює кілька важливих сфер співробітництва та має довгостроковий характер. Надійність стратегічного партнерства визначається взаємною готовністю сторін враховувати інтереси одна одної, наявністю дійових механізмів реалізації співробітництва, дисциплінованістю партнерських відносин [7].

У військовій сфері стратегічне партнерство передбачає: надання Україні адекватної військової допомоги в разі агресії, або

реальне сприяння зміцненню обороноздатності країни та створення умов, за яких Україна була б у змозі власними силами локалізувати можливий воєнний конфлікт [3].

Торгівля зброєю може мати неабиякий позитивний вплив як на внутрішню ситуацію в державі, так і бути однією з провідних складових ресурсного забезпечення національних інтересів.

Ставка на переважно внутрішнє фінансування та інвестування військового виробництва, навіть продукції, яка користується попитом, може завдати значної шкоди національній економіці, оскільки ринок зброї відрізняється обмеженістю, зростаючою вибагливістю та мінливістю.

За обсягами експорту українських товарів в 2000 році країни можна умовно виділити три групи. До першої групи входить лише Росія — головний торговельний партнер, який споживає п'яту частину (20,69%) українських товарів. Друга група складається з восьми країн — важливих торговельних партнерів, котрі імпортують не менше 2% наших товарів, — Китай (6,43%), Туреччина (5,81%), Німеччина (4,84%), США (3,76%), Білорусь (2,98%), Польща (2,6%), Болгарія (2,54%), Угорщина (2,4%). Третя група — інші десять країн, частка яких в українському товарному експорті незначна (приміром, в Азербайджан надходить 0,25% українських товарів, в Аргентину — 0,12%) (додаток А, діаграма 1).

У торгівлі з більшістю цих країн переважає негативна динаміка. Причому найвідчутніше українські експортери втрачають позиції на ринках Росії та Білорусі. Аж ніяк не блискучі справи й у торгівлі з країнами ГУУАМ. У свою чергу, за структурою важливого для України експорту лідируючі позиції належать Росії (74% українських турбореактивних і турбогвинтових двигунів, газових турбін, 50% обладнання для автомобілів, 32% трансформаторів тощо). Важливі позиції у США (30% експорту за статтею “авіаційна й космічна техніка”) і Білорусі (15% обладнання для автомобілів) 6].

Основними покупцями української зброї сьогодні залишаються Китай, Ірак і Азербайджан. За даними експертів SIPRI, Україна постачає до цих країн переважно бойові машини і ракети. Втім, попри невдачі минулого року, за Україною, як і раніше, закріплена репутація солідного торговця зброєю. Здебільшого, за рахунок заслуг минулих років. Так, за сукупним обсягом продажів зброї за минулі 5 років Україна входить до десятки і займає 2% світового ринку озброєнь [8, с. 396].

Торгівля зброєю має тісний зв'язок з економічними та полі-

тичними вимірами міжнародних відносин, імпорту зброї в прямій чи опосередкованій формі часто є однією з умов прийому окремих держав до різних міжнародних організацій.

Проаналізувавши політику України у сфері торгівлі зброєю, ми зробили висновок, що недостатньо лише наявності ВПК та налагодженого стратегічного партнерства, а їй потрібна добре спланована інформаційна діяльність, а саме використовувати виставки, як один з найдієвіших та найефективніших засобів цієї діяльності [1].

Уже протягом багатьох років Україна бере активну безпосередню участь у великих системоутворюючих виставках озброєнь, що дозволяє просувати продукцію українського військово-промислового комплексу на світові ринки. Найбільшими світовими виставками, в яких Україна бере участь є ФІДАЕ, Авіасвіт-21, IDEX та ін. [2].

Виставки озброєнь – це свого роду реклама з державною підтримкою, що доводить, що український військово-промисловий комплекс ще не занепадає, а отримує нові і нові закордонні замовлення, оскільки вітчизняна армія не спроможна купувати українську продукцію.

З огляду на наше дослідження, можемо стверджувати, що якби не постійні реформування в Укрспецекспорті, то інформаційна діяльність була б ще ефективнішою.

З року в рік на ринку озброєнь завоювати і втримати свою нішу стає дедалі складніше. Покупець стає вимогливішим, а то й сам прагне перейти в категорію продавця, тому потрібні значні зусилля для того, щоб продати товар, саме тому слід звернути увагу на розвиток інформаційної діяльності, а зокрема і виставкової.

До недоліків організації та управління збройним експортом можна віднести брак державної підтримки національного військово-промислового комплексу, недосконалість законодавчої бази військово-технічного співробітництва з іноземними державами та відсутність належного контролю за продажем озброєнь.

Таким чином, необхідною умовою для динамічного розвитку збройного експорту є формування законодавчо забезпеченої стратегії міжнародних передач товарів військового призначення, яка повинна передбачати конкретні заходи для вирішення таких основних завдань: аналіз місця країни у світовій ієрархії експортерів, раціональний підбір іноземних партнерів та визначення векторів перспективного розвитку військово-технічного співробітництва, створення ефективної системи державного регулювання збройним експортом.

**Список використаних джерел та літератури:**

Бадрак В. Ринок зброї потребує гри за правилами // Дзеркало тижня. – 2002. – № 23.

Бадрак В. , Згурець С. 24 Лютого – 2 Березня 2007 р. “I dex must go on, або свій шлях України”// Дзеркало Тижня. – 2007. – № 7.

Серов Д. Військово-технічне співробітництво з державами арабського сходу // Політика і час. – 2006. – №5.

Сунгуровський М. російський вектор у військово-технічній політиці України // Дзеркало тижня. – 2001. – № 12.

Україна і світовий ринок озброєнь. В. М. Чумак, В. М. Бегма, А. Ф. Кукін, Л. В. Заборський: Монографія. – К. : НІСД, 1997. – 118 с. – (Сер. ”Зовнішньополіт. стратегії”; Вип. 5).

Україна на світовому ринку озброєнь // <http://www.grinchuk.lviv.ua/referat/2031/2035.html>

Чехуга В. Мішень – Аду-Дабі // [http://www.autocentre.ua/component?option=com\\_truck/task,articles/id,7909/Itemid,82](http://www.autocentre.ua/component?option=com_truck/task,articles/id,7909/Itemid,82)

Щорічника СІПРІ: Озброєння, роззброєння та міжнародна безпека1994-2008. – Центр Разумкова. – 2001.