

УДК 316.654

Довгаль І.В.

ЕМПІРИЧНИЙ ВИМІР СКЛАДОВИХ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В СФЕРІ СПОЖИВАЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

В статті розглянутий емпіричний вимір складових соціального діалогу в сфері споживацької поведінки на території України. В роботі здійснено емпіричний аналіз структури соціального діалогу. В статті запропоновані шляхи оптимізації соціального діалогу через механізми сфери споживання.

Ключові слова: емпіричний вимір, складові соціального діалогу, соціальний діалог, споживання.

В статье рассмотрен эмпирический измерение составляющих социального диалога в сфере потребительского поведения на территории Украины. В работе осуществлен эмпирический анализ структуры социального диалога. В статье предложены пути оптимизации социального диалога через механизмы сферы потребления.

Ключевые слова: эмпирический измерение, составляющие социального диалога, социальный диалог, потребление.

The paper considers the empirical dimension of the components of social dialogue in the field of consumer behavior in the Ukraine. The work carried out an empirical analysis of the structure of social dialogue. The paper suggested ways to optimize social dialogue through mechanisms sphere of consumption.

Key words: empirical measurement, elements of social dialogue, social dialogue and consumption.

На сьогодні даній проблемі в соціології приділяється дуже мало уваги і проводиться дуже мало емпіричних досліджень на тему соціального діалогу. На сьогодні до таких досліджень можна віднести наукові поуки Є. Копатько, І. Стефанишина та Л. Шангіної.

Метою статті є дослідити емпіричний вимір складових соціального діалогу в сфері споживацької поведінки на території України

Відповідно до результатів опитування R&B Group 66% респондентів не хотіли б покинути Україну назавжди. 16% опитаних у цілому згодні виїхати з України, а 14% респондентів сказали, що хотіли б покинути країну [2, с. 5]. Подібні тенденції, що є характерні

для значної кількості респондентів, які входять до різних верств українського населення і ставлять питання перед Україною, що в результаті повинна зробити так званий цивілізаційний вибір між спільним проживанням на своїх теренах з численними представниками афро-азіатських народів з перспективою побудови моделі суспільства в якому значна роль відводиться саме представниками інших націй і навіть рас, що не є корінними для українських теренів.

Та все ж жодна ефективна система соціального діалогу в Україні не зможе вирішити проблему відтоку українців, оскільки саме вони повинні вирішувати її. За словами соціолога Є. Копатько, серед причин, з яких українці готові покинути країну, переважають сімейні обставини, пропозиції вигідної роботи, економічна ситуація в Україні й політична нестабільність [2, с. 5]. Крім того, більшість українців воліють емігрувати в країни Західної Європи та Північної Америки, де високий рівень розвитку соціального діалогу. Тому ми знову повертаємося до думки, що соціальний діалог є найбільш швидким та ефективним способом гармонізації відносин між бізнесом, найманими працівниками та державою за допомоги експертів в різних сферах суспільного буття на взаємовигідних умовах.

Одним з питань соціального діалогу в сучасному українському суспільстві, що могло б об'єднати різні його верстви, є питання зовнішньої міграції. Головним в даному випадку можуть бути мігранти афро-азійського регіону, які прагнуть переселитися в країни з розвинутою ринковою економікою; вони можуть віддати перевагу Україні (незважаючи на більше низький, чим на Заході, рівень життя), якщо можливості поселення й проживання (одержання громадянства, соціальний статус і т.п.) тут будуть краще, ніж в інших країнах [3]. Це питання є одним з головних для розвитку соціально-економічних відносин в рамках сучасного українського суспільства.

Таким чином, можна говорити про те, що чисельність споживачів в Україні постійно скорочується. І хоча темпи скорочення на даний момент невеликі, у довгостроковій перспективі можна чекати серйозного впливу цього фактора на структуру й обсяг національного ринку й також на вибір маркетингової й рекламної стратегії [14]. Дане твердження підтверджує тенденцію того, що без системи ефективного соціального діалогу рівень економічного розвитку країни зменшується, а скорочення виробничих та споживчих ринків зменшує рівень зовнішньої інвестиційної привабливості країни.

Емпірична база споживчих відносин в Україні не є суттєвою, але її аналіз свідчить деякі тенденції.

Велика частина продуктових ринків України росте, причому як у фізичному, так і в грошовому вираженні. Багато ринків ростуть темпами в 20-30% у рік [15]. Дані показники свідчать про не насиченість і не сформованість даних ринків. Тому для успішного функціонування на продовольчих ринках України треба створювати нові продукти та послуги. В той же час для заповнення наявних ніш треба співпраця капіталу з учасниками виробничого процесу так як його відсутність унеможливорює достатню кількість інноваційної активності в країні задля створення та розвитку вітчизняної промисловості і як наслідок забезпечення соціальної політики української держави.

Через неналагоджені відносини в рамках соціально-економічних відносин на українських ринках досить мало сильних вітчизняних брендів. 23,7 млрд. грн. за 2008 рік заробили 30 самих популярних торговельних марок [3]. В цих рамках знаходяться цифри і за 2009-2011 роки. Дані становлять менше 20% від всіх товарів вироблених на українських теренах. Це відбувається з тієї причини, що мало кому з українських бізнесменів та підприємців вдається організувати ефективну маркетингову політику та політику брендингу. Не слід забувати і про короткостроковість багатьох українських брендів, які або за два-три роки припиняють свою діяльність чи проводять повний або частковий ребрендинг. Тому у свідомості українських та іноземних споживачів не формуються стійкі асоціації з українськими брендами. Окрім невдалого позиціонування, проблемою українських товарів та послуг є їхня низька якість. Це наслідок низького рівня технологізації українського виробництва, яке проявляється і в низькому рівні мотивації не тільки найманих працівників першої ланки, а й серед представників управлінських кадрів.

Сьогодні намітилася тенденція, за якої певна частина представників українського бізнесу прагне покращити ситуацію з популяризацією своєї продукції не через соціальний діалог, а через аморальний шлях. «Вийшовши на загальний рівень серед некитайської якості, торговельні марки конкурують тепер в ефемерному брендингу, роздмухуючи видимість свого престижу й репутації. Самі прогресивні бізнесмени вийшли на новий рівень обману: від підробки товарів відомих марок – до запуску нових брендів, по суті так само фальшивих» [4]. Тобто вони відрікаються від чесною конкуренції не тільки в рамках українських, але вже й міжнародних ринків. Даний шлях є не етичним, так як порушує етичні та моральні принципи ведення сучасного бізнесу. Така діяльність може принести короткостроковий прибуток, але рано чи пізно даним підприємцям доведеться взяти участь у соціальному діалозі.

Усе зазначене сприяє відкритості українських споживачів новим товарам та послугам. Цьому сприяє те, що елементи споживацької доби для більшості українців і є калейдоскопом інновацій. Оскільки для більшості населення пізнання ринкової економіки та розмаїтості товарів є тотожними через радянське виховання, яке породило на базі так званої споживацької соціалізації, головним соціальним фоном якої був тотальний товарний дефіцит. Цей факт підтверджують наші як кількісні, так і якісні дослідження на найрізноманітніших ринках. Кількість бажаючих спробувати нове, і у випадку якщо їх влаштує продукт, готові споживати його постійно, коливається від 25% до 60%. Відкритість кінцевих споживачів є наслідком того, що асортимент на багатьох ринках вкрай ідентичний [14]. Дана форма ідентичності говорить про моноіснування багатьох товарів та послуг на вітчизняному ринку, які виробляються та імпортуються до України.

Ми вкрай далекі від неосяжного різноманіття товарів і послуг ринків Західної Європи, Америки, Кореї та Японії. До речі, якщо проаналізувати перераховані ринки, можна знайти адекватні варіанти продуктів, що будуть успішні на вітчизняному ринку. Ринок енергетиків на Заході існує досить давно. Придивившись до українського ринку, сміливі люди спробували ввести цей продукт сюди [14]. І сьогодні серед українців існує такий шалений потяг до інновацій. Такий рівень є більший за середні показники у світі, що, в свою чергу, крім освіченості українських споживачів, свідчить і про високий рівень «наївності» співвітчизників, які через невдоволеність товарами і послугами готові некритично ставитися до нових товарів та послуг, особливо іноземного походження. А виходячи з того, що багато зарубіжних компаній розглядають українські ринки як можливість реалізувати продукцію не найвищої якості, це призведе лише до погіршення довіри споживача до виробника, тобто до бізнесу. Така ситуація ставить учасникам соціального діалогу нові питання для роздумів та дискусій, які повинні гармонізувати та врегулювати рівень взаємодовіри між споживачами та виробниками продукції народного споживання.

Приводів для цього достатньо, оскільки інновації у цій сфері не можуть замінити людям втрату природних прав. За даними статистики, 2/3 українців одержують питну воду з поверхневих водойм – рік, озер і водоймищ. Тільки 1/3 населення п'є воду з підземних джерел. Для жителів України сьогодні основне джерело питної вод – ріка Дніпро. За даними, представленим Українським державним науково-дослідним інститутом «Укрводгео», 69% всієї питної води, що постачається через систему водопроводів нашому

населенню, не відповідає встановленим стандартам чистоти води й санітарних норм. Така ситуація робить життєво необхідним процес попередньої фільтрації питної води до того, як її будуть споживати жителі [8]. Тобто більшість українців не мають можливості споживати чисту воду, яка є основою центральних біологічних процесів, які відбуваються в організмі людини. Відсутність якісних водних ресурсів загрожує функціонуванню людського організму, що знижує якість життя усього населення українських міст. І одним з головних забруднюючих факторів водних ресурсів є діяльність основних роботодавців України. Тобто екологічні аспекти діяльності більшості представників українського заважають якості життя більшості українців. У цій справі необхідний компроміс.

Тим паче, що компромісу вимагає загальна ситуація з водними ресурсами в нашій країні, так як в Україні спостерігається нерівномірний розподіл потенційних запасів питної води по регіонах. У Донецькій, Запорізькій, Дніпропетровській, Миколаївській, Херсонській і Одеській областях на 1 кв. км поверхні території доводиться всього від 5-10 до 40 тис. куб. м води, включаючи підземні, тобто 120-400 куб. на одну людину. Це в 15-20 разів менше, ніж у західних областях України (Львівська, Ровенська, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська) [8]. Тобто через діяльність багатьох промислових підприємств лівобережної України більшість населення має можливість захворіти на алергійні та онкологічні захворюваннями. Це фактор соціальної нерівності, який може бути врегульований тільки в рамках соціального діалогу.

До того ж актуальною є проблема різної якості питної води. Останнім часом все більше громадян України змушені користуватися артезіанською водою або її додатково очищувати в домашніх умовах. Через постійне подорожчання води виникає конфлікт непорозуміння між владою, бізнесом і населенням. В даному випадку тристоронні відносини між учасниками конфлікту є необхідними для встановлення соціального партнерства.

У зону найбільш критичних регіонів входять Одеська, Донецька, Харківська, Дніпропетровська, Запорізька, Херсонська й Миколаївська області. Тут питна вода з водопроводу класифікується як дуже брудна (VI клас) [8]. Як бачимо, крім низького рівня запасів прісної води, у даних регіонах вона ще й досить низької якості, що є додатковим фактором зменшення рівня соціальної справедливості, так як до факторів природних додаються антропогенні.

Західні та центральні регіони України мають суттєві переваги над іншими регіонами у сфері розвитку особистості, але суттєві проблеми з розвитком промислової та бізнес інфраструктури

призводить до того, що ці фактори не є основними у сфері поліпшення рівня життя. Причини сприяють трудовому відтоку українських працівників. І всі ці явища відбуваються на фоні зростання рівня бідності в Україні.

Рахункова палата заявляє про підвищення рівня бідності в Україні в січні-вересні на 0,4 процентних пункти до 26,4%, або 12,5 млн. осіб. При цьому, за даними палати, рівень безробіття, визначений за методологією Міжнародної організації праці, становив 8,5%, що перевищило показник (8,1%), передбачений антикризовою програмою [6]. Бідність є однією з головних проблем України, вирішення якої прямо залежить від рівня соціального діалогу в країні. Ситуація на українських теренах полягає в тому, що дана проблема не тільки не вирішується, а й поглиблюється. Бажання держави через свій управлінський апарат допомогти найбільш уразливим категоріям населення, але це тільки погіршує ситуацію в соціальній політиці країни в цілому. Якщо у 2008 році зарплата в доходах населення становила 43,3%, то 2010-го вона знизилася до 40,9%. Ухвалені впродовж 2010-2013 го років урядові рішення фактично призводять до руйнації тарифної системи і «зрівнялівки» в оплаті праці в бюджетній сфері. Саме тому проблеми окремої групи населення переносяться на рівень життя всього суспільства. Це і пояснює проблеми неоднорідності економічних відносин в різних регіонах України.

За період 2000-2011 роки спостерігається тенденція щодо зростання споживання окремих видів продуктів харчування в розрахунку на одну особу. Зокрема олії, м'яса, риби та рибопродуктів, овочів та баштанних культур, плодів, ягід та винограду, яєць – від 46 до 87%. Без змін залишається споживання молока та молокопродуктів, цукру, картоплі (на 12% зменшилося споживання хліба та хлібобулочних виробів). Калорійність їжі зросла на 11% і склала 2951 ккал на одну особу на добу. У споживанні білка спостерігається зростання на 8,4% (тваринного походження – 29,6%), жири – на 34% (рослинного та тваринного походження – 34%). На Львівщині більше споживається картоплі – на 27% від середнього показника в Україні, олії – на 7,3%, молока та молокопродуктів – на 1,3%. Значно менше споживається риби та рибопродуктів – 19,5%; 12,8% – плодів, ягід та винограду, 11,4% – м'яса, 9,3% – овочів та баштанних культур. Важливу роль у формуванні науково обґрунтованої структури споживання продуктів харчування відіграє купівельна спроможність [12]. Її низький рівень призводить до падіння рівня економічної культури населення, який спричиняє подальшу участь населення у «фінансових пірамідах» та інших

економічних махінаціях, які посилюють зубожіння у суспільстві. І це питання вимагає вирішення в рамках соціального діалогу, так як на даний момент в цій сфері наявне продукування соціальних дисфункцій.

Інший бік цих дисфункцій проявляється в тому, що понад 95% українських роботодавців порушують трудове законодавство, а кожен 5-й платить зарплати нижче прожиткового мінімуму. 40 тисяч підприємств підвищили рівень оплати праці, внаслідок чого бюджет додаткового отримав 79 мільйонів гривень податку на доходи фізичних осіб. Крім того, зусиллями податкових органів заборгованість із заробітної плати з початку року скоротилася на 1,089 мільярда гривень [13]. Але протистояння між бізнесом та податковою є настільки соціально негативним явищем, що від його наслідків програють всі соціальні інститути в країні, особливо їх функціональна частина, оскільки тіньова економіка та непрозорий розподіл бюджетних коштів не дають можливості їм розвиватися. В першу чергу, це призводить до зниження рівня здоров'я українського населення.

Захворюваність у дітей від 0 до 17 років у 2011 році склала 1393,9 на 1000 дітей; у 2003 р. – 1175,46. Зростання показника відбулося за рахунок його росту в таких нозологіях: новоутворення, хвороби ендокринної системи, очей і додаткового апарата, вуха й сосковидного відростка, системи кровообігу, органів дихання, органів травлення [9]. Ці хвороби є хворобами бідності, якщо вони діагностуються в дітей та молоді, вони є наслідком умов життя та звичок.

Структура захворюваності дітей 0-17 років останні роки (2003, 2009 роки) залишається незмінною: I місце посідають хвороби органів дихання 63,9% (65,6%), II – хвороби шкіри й підшкірної клітковини – 5,6% (5, 3%), III – інфекційні й паразитарні хвороби – 4,2% (3,8%) та інших [9]. Дана структура говорить і про загальне погіршення технологічних аспектів медицини в Україні.

Національна медична система є застарілою та вимагає негайного реформування шляхом знищення та перепрофілювання медичних закладів, особливо в сільській місцевості, населення якої можна назвати депресивним через відсутність сучасних комунікацій, тепла, води та інших першочергових потреб пересічного українця. З іншого боку, уведення преференцій для окремих територій породжує і систему преференцій для окремих груп населення. Саме тому сьогодні в Україні при мізерних заробітних платах налічується понад 350 категорій пільговиків і більше 800 видів різних пільг, компенсацій і соціальних виплат. Для того, щоб ця система

працювала і в повному обсязі виконувалися всі існуючі в нашій державі закони, потрібно, за різними оцінками, 180-190 мільярдів гривень щорічно.

На сьогодні держава виділяє на систему соціального захисту близько 30-40 мільярдів. 150 мільярдів, що залишилися, – це скорочення, обмеження, невиплати, які й стають причинами масових судових розглядів. Практика обмеження пільг почалася з 2000 року. Тоді Верховна Рада взяла на себе відповідальність встановлювати розмір пільг в законі про держбюджет в залежності від фінансового стану держави.

У 2005-2007 роках у відповідь на заклики політиків пільговики почали масово звертатися до судів, відстоюючи свої права, зафіксовані у законах України, а не у державному бюджеті. Та й народні депутати зверталися до Конституційного суду з питанням про скасування певних норм у законі України про державний бюджет, які обмежували пільги. Конституційний суд неодноразово ухвалював рішення на користь пільговиків. До речі, ініціювали ці конституційні подання в основному члени Партії регіонів. Під час виборчих кампаній активно закликали пільговиків до подальших судових процесів саме представники тодішньої опозиції. Вони самі спровокували цю лавину, яка сьогодні їх же і накрила.

Але, прийшовши до влади, ця команда почала говорити, що рішення судів були незаконні, і вона не збирається їх виконувати. І це при тому, що на всіх рівнях чиновники декларують верховенство права в Україні і переконують світ у чесності українського правосуддя.

Протестні акції, які сьогодні відбуваються в Україні, – природна реакція суспільства на такі непрофесійні, некомпетентні й відверто провокаційні заяви окремих членів уряду, а також на недостовірну інформацію, яка постійно звучить з вуст деяких членів парламенту [7]. Тобто йдеться про факти маніпуляції громадською думкою, яка викривлює соціальну реальність. Сьогодні рівень споживання алкоголю в Україні є одним з найвищих у світі й становить близько 20 літрів абсолютного спирту на душу населення на рік (офіційна статистика повідомляє про 12-13 літрів). Більше того, законодавство навіть не визнає алкогольним виробом пиво, тим самим позбавляючи населення країни захисту від алкоголізму [11]. Це питання є фактором національної безпеки держави, воно повинно бути в полі зору соціального діалогу.

Як показують останні дослідження компанії «Еріксон», Україна посідає перше місце у світі з уживання алкоголю серед дітей і молоді. 40% дітей у віці від 14 до 18 років уже залучені до систематичного

споживання алкоголю, а заборона продавати алкогольні напої особам у віці до 18 років існує тільки на папері. Армія алкогольних і тютюнових наркоманів постійно поповнюється, одурманюючі суміші невпинно поглинають все нові покоління. 63% населення в містах України, що не використовують сьогодні Інтернет, указали, що «ніякої потреби» в цьому вони не бачать. Це означає, що прагнення й імовірність використання цими людьми доступу в Інтернет, як фіксованого, так і мобільного, у найближчому майбутньому є дуже низьким.

Використання всесвітньої мережі стало життєвою необхідністю в країнах, що розвиваються, і Україна не є виключенням. Результати дослідження показують, що більше половини населення (59%) у містах України має доступ до високошвидкісного Інтернету, тобто його використання є настільки ж просунутим, як і на інших розвинених ринках (Росія – 72%, Німеччина – 61%, Італія – 52%). У міру того, як люди активно переносять свою повсякденну діяльність і підтримку особистих зв'язків в онлайн, використання Інтернету й залежність від нього росте щорічно, і, як очікується, ця тенденція згодом тільки підсилиться.

Відсутність необхідних пристроїв є одним з основних перешкод до використання мобільного Інтернету, а проникнення смартфонів і ПК/ноутбуків в Україні як і раніше нижче, ніж в інших розвинених країнах. Проте очікується, що кількість придбаних смартфонів, ноутбуків і планшетів виросте в найближчі місяці. Так, купити ноутбук або планшет у найближчі 6 місяців схильні 13% і 7% респондентів відповідно [16]. Тобто показники говорять про бажання більшості українських громадян мати найбільш нову і прогресивну техніку, яка може зробити їх конкурентоспроможними.

Споживання електроенергії (нетто) галузями національної економіки й населенням у січні-листопаді 2011 р. становить 137 млрд 219,2 млн кВт/год, що на 3 млрд 849,6 млн кВт/год. (2,9%) більше аналогічного показника 2010 р.

В Україні ставлення до іноземних інвестицій неоднозначне. В зарубіжній практиці можна знайти приклади як позитивного, так і негативного досвіду залучення іноземних інвестицій. Полеміка щодо доцільності та необхідності залучення іноземних інвестицій для економіки країни-реципієнта як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі ведеться досить давно [5]. Інвестування в національну економіку є важливим елементом розвитку будь-якої держави. Тому ця сфера повинна бути пріоритетною в рамках розвитку будь-якого соціального інституту.

Емпіричні дослідження в сфері соціального діалогу свідчать про низькі показники загального рівня життя та соціального комфорту, які не сприяють соціальному діалогу на фоні зростаючої індивідуалізації. Свій вибір кожен громадянин базує на різному рівні інформованості, виходячи з власних джерел: інформації ЗМІ, думки сусідів, друзів. Багато хто визначається в останній момент, але це також вибір свідомий. Інша річ, наскільки він усвідомлений, наскільки виборець проаналізував свої уподобання. В принципі, якщо результат не спотворено і не сфальсифіковано, це є свідома позиція громадян, яку слід поважати, особливо в рамках парадигми споживацького суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 30 самых популярных брендов Украины. Рейтинг Фокуса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://focus.ua/charts/79424>
2. Большинство украинцев предпочитает родину // *Заграница*. – №10, 2009. – С. 5.
3. Демографическая ситуация в Украине зависит от мигрантов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/35670-demograficheskaya-situaciya-v-ukraine-zavisit-ot-migrantov>
4. Дешевый трюк. Украинские бренды, выдающие себя за иностранные. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nashkiiev.ua/zhurnal/horoshie-veschi/deshevyy-tryuk-ukrainskie-brendy-vydayusche-sebya-za-inostrannye.html>.
5. Мерзляк А.В. Державне управління іноземними інвестиціями: регіональний аспект 2003 года. Автореф. дис. д-ра наук з держ. управління: 25.00.02 / А.В. Мерзляк; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2003. – 36 с.
6. Рівень бідності в Україні зростає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2010/11/16/256455/>.
7. Розенко П. Сьогодні існування пільг для чиновників і депутатів – це майже мародерство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=948.
8. Состояние водных ресурсов Донецкого региона [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://evroplast.in.ua/novosti/961-sostoyanie-vodnykh-resursov-donetskogo-regiona.html>.
9. Состояние здоровья детей в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lisichansk.in.ua/394-sostoyanie-zdorovya-detej-v-ukraine.html>.
10. Соціально-економічне становище Чернівецької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://oblrada.cv.ua/passport/6/>.

11. Статистика потреблення алкоголя в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://vacant.com.ua/konsult/usefull.php?article=stat_ukraine.

12. Стефанишин І. Динаміка споживання основних продуктів харчування населення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.shuvar.com/index.php?mod=analytics&cmd=announceDetails&id=82&year=2012&page_id=ant_future.

13. Українські роботодавці жажнули податкову [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.pravda.com.ua/news/2011/08/22/6518697/>.

14. Украинский потребитель: сравнительный анализ с потребителями других стран СНГ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://customer.at.ua/publ/1-1-0-22>.

15. Український споживач товарів та послуг. Чим ми відрізняємося від споживачів інших країн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poglyad.com/blog-4/post-3>.

16. Шангіна Л. Незалежність країни на тлі й напередодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=1005.