

У маркетингу, що спонукається споживачем, у якості головного принципу організації діяльності підприємства розглядаються сегменти споживачів. Більше немає ринків для продуктів, які трішки подобаються всім, – є лише ринки для продуктів, які сильно подобаються комусь.

Таким чином, можна зробити висновки, що в українській практиці існує ряд негативних дій, які роблять переважно українські підприємці: хаотичне використання окремих елементів маркетингу, асоціювання маркетингу лише з рекламою, необґрунтоване застосування західних методик, нетворчий підхід до маркетингової діяльності, орієнтація на короткострокову перспективу, відсутність програм лояльності клієнтів, низький сервіс, відсутність гнучкості та незнання власних споживачів [5, с. 133].

У цілому спектр цих помилок створює враження про таку діяльність підприємств, яка спрямована лише на отримання якнайбільш високого прибутку не залежно від рівня задоволення та подальшої зацікавленості в їх товарах всього населення. Тому усі сили повинні йти на ліквідацію цих помилок, наприклад, шляхом застосування або впровадження методик ведення маркетингової політики підприємств зарубіжних розвинутих країн, приєднання нових молодих спеціалістів у цій сфері з творчим потенціалом та свіжими ідеями, глибокого вивчення потреб населення, сприяння розширенню дослідницьких робіт, посилення контролю за всією діяльністю і взагалі, як говорять, йти «в ногу з часом».

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамова Г.П. Маркетинг: Вопросы и ответы //Агропромиздат., 1991.С. 159.
2. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку.,2009.С.400.
3. Геркавенко С.С. Маркетинг: Навч. посібник.,1996.С. 384.
4. Голубков Е.П. Современные тенденции развития маркетинга., 2004. №1.С. 3-18.
5. Хоменко П.Г. Сучасні тенденції розвитку маркетингу// Актуальні проблеми економіки., 2009.С.123-133.
6. Череп А.В., Аблицова, Т.С. Развитие современного маркетингу та вимоги до нього// Вісник Хмельницького національного університету.,2009. №1.С.202-205.

Котова Вікторія

Науковий керівник – доц. Костюк А. В.

ПОБУТ АМЕРИКАНСЬКИХ СОЛДАТ В ДРУГІЙ СВІТОВІЙ ВІЙНІ

Запорука всестороннього вивчення історичних подій, на нашу думку, полягає у багатогалузевих дослідженнях. Історичні факти потрібно вивчати не лише як явище політичної історії, а і як подію локального значення, що відображає стан певного суспільства.

Зазвичай, військовий конфлікт розглядається як явище геополітичне. Нічого дивного в цьому немає, адже дійсно, війни спричиняють зміни території у державах, зникнення і появу нових державних утворень тощо. Військове протистояння може бути результатом тривалого дипломатичного процесу, кризи, вирішення якої не вдалось за столом перемовин.

Не є в цьому виключенням і Друга світова війна. Сучасна наука показує, що однобоке її дослідження є неповним, деякі важливі явища війни залишаються поза увагою науковців. Саме тому потрібно зосередитись на проблемах, котрі допомагають побачити війну з середини. Ми вважаємо, що такою проблемою є побут та повсякдення вояків у фронтових умовах. Приблизно формуючи образ вояка-фронтовика, можемо припустити, як виглядало ціле військо, чому воно мало такі бойові якості, а не інакші. В даному випадку побут та повсякдення виступають вирішальними чинниками, які впливають на бойові якості воїна на війні.

Метою статті є дослідити становлення та формування побуту американських солдат у Другій світовій війні. Реалізація окресленої мети виявляється у вирішенні наступних завдань: проаналізувати політику США щодо побутових умов солдатів, вивчити стан їхнього забезпечення. Оцінюючи проблему варто відзначити, що окремі аспекти побуту американських солдат простежуються у працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед яких необхідно виділити такі: К. Бейкер [1], А. Кессельринг [3], Э. Фромм [7] та ін.

Декілька поколінь людей на планеті Земля не знають трагедії глобальної, тотальної війни. У масовій свідомості День перемоги у Другій світовій ототожнюється з 8 травня 1945 р. (Україна 2015 р. уперше офіційно теж відзначила цю дату), адже саме тоді набув чинності акт про безумовну капітуляцію німецьких збройних сил і завершилася тривала та кривава війна в Європі. У Росії перемога над фашизмом традиційно прив'язана до 9 травня 1945 р., коли радянські війська визволили Прагу. Закінчення ж власне Другої світової війни у світі відзначають 15 серпня, адже саме цього числа 70 років тому союзниця нацистської Німеччини – Японія оголосила про свою капітуляцію. Але історично коректною датою завершення Другої світової є день підписання акту про японську капітуляцію, тобто 2 вересня 1945 р., хоча через глибокі розбіжності в поглядах та оцінках відзначають цей день не всюди. Так, у Росії вважають, що «ювілей Перемоги належить борцям проти фашизму, тим, хто воював проти нацистської Німеччини, проти гітлерівського блоку. День завершення війни відзначають ті, хто хотів би прирівняти борців проти фашизму з колабораціоністами. Такі спроби, як правило, намагаються прикрити націоналістичними прапорами. На території колишнього СРСР ми бачили їх у Прибалтиці, на Західній Україні» [5, с. 15].

«На війні – як на війні» – за цим всеохоплюючим афоризмом приховуються різні прояви екзистенційного стану людини, яка внаслідок певних обставин упродовж певного часу перебуває між життям і смертю. Саме реальна небезпека й вірогідність смерті чи важкого каліцтва вирізняє статус військовослужбовця на фронті від усіх інших станів та професійних занять [2, с. 147]. Така ситуація формує специфічне ставлення до загальнолюдських цінностей, оточуючого середовища і речей, інших людей і бойових побратимів, противника. На війні швидко формується мікросоціум зі своєю системою пріоритетів, субординацією, традиціями, звичаями, забобонами, табу, неписаними законами, відносинами між його членами. Фронтowe повсякдення поміж боями – це особлива організація побуту, зорієнтована на життєзабезпечуючі елементи: харчування, обмундирування, охорону здоров'я, підтримання санітарно-гігієнічного стану, створення умов для відпочинку й дозвілля.

Головною умовою збереження життя солдата на передовій вважалося облаштування місця, яке він мав займати у бойових порядках. Команда «Окопатися!» (особливо взимку чи після довгого марш-кидка звучала як знуцання, однак її невиконання могло коштувати бійцю життя від випадкової кулі, артобстрілу, авіанальоту, снайпера) [8, с. 83]. Окопи, бліндажі, землянки та інші споруди слугували не тільки зручним місцем для ведення бою, а й переховування від куль та осколків на відпочинку.

Екстремальні умови змушували шукати будь-які засоби для укриття від небезпеки. Ветеран «Зимової війни» з Фінляндією Г. Гаращенко згадував, що в його 95-у дивізію прибувало молоде поповнення, яке розміщували на ночівлю в легких, непристосованих до суворих умов наметів. Новобранці звечора лягали і ...засинали навіки. «Замерзали й поранені, не дочекавшись медичної допомоги. Згодом від безвиході ми стали споруджувати укриття з тіл убитих однополчан. Утеплювали ці страшні шатри вовняні шинелі загиблих товаришів. Більше сховатися було ніде, бо, відступаючи, фіни висаджували в повітря, спалювали, руйнували все» [3, с. 149]. Взимку 1941–1942 рр. бійці викопували ями глибиною до пів-метра, клали на дно соснове гілля, кутались у плащ-намет по двоє і спали без будь-яких наслідків для здоров'я.

Досвід «Зимової війни» був врахований під час Великої Вітчизняної війни. За словами С. В. Засухіна, «видавалося нам обмундирування – вищий клас. Кальсони, сорочка, тепла в'язана білизна, гімнастерки суконні, ватники (на груди і штани – ватники), валянки з теплими онучами, шапка-вушанка, рукавиці на хутрі – глибокі, з одним пальцем. Під вушанку одягалися шерстяні підшоломники – тільки очі одні було видно, і для роту маленький отвір. Всі мали білі маскхалати».

Літнє взуття й обмотки червоноармійців поступалися німецьким черевикам і чоботам. Однак у зимовий час солдати й офіцери Вермахту виявилися неготовими до суворих випробувань холодом.

Та все ж головним життєзабезпечуючим фактором для кожного бійця залишалося харчування. В різних радах військ воно мало небагато відмінностей, хіба-що авіатори та екіпажі морських надводних та підводних човнів одержували додатково до основного раціону якийсь додаток (овочі, фрукти, шоколад, молокопродукти тощо). За основу ми взяли офіційні

документи доби, що регламентували норми добового забезпечення солдатів Червоної армії, Вермахту, Японської імператорської армії та США. Звісно, прописані чиновниками норми далеко не завжди відповідали реальному забезпеченню вояків на передовій, в тому числі і через звичайні приписки та пропагандистську брехню, але приблизне уявлення про те, що їли бійці в окопах, складається [6, с. 655].

Варто зазначити, що норми всіх країн відповідали добовій потребі середньостатистичної людини в калоріях, але відчуття постійного голоду вояків зазвичай не залишало. Найпопулярнішим видом харчування американців під час Другої світової війни були сухпайки.

Основою одного із перших видів американського сухпайка став «Батончик Логана», що складався з шоколаду, цукру, вівсяної муки, масла какао, знежиреного сухого молока і штучного ароматизатора. Три таких батончики по 4 унції (113 г) були упаковані в алюмінієву фольгу і запечатані у вощений папір. Харчова цінність кожного такого батончика становила 600 калорій. Призначалися вони винятково для екстреного «перекусу», але ні в якому разі не для постійного харчування. Саме на основі цього батончику був створений «рятувальний», або «екстрений» польовий сухий пайок «Д» (Field Ration D). До 1942 року було випущено близько 10 мільйонів одиниць цього пайка [1, с. 60].

До 1939 року Лабораторія харчування випустила варіант сухого пайка для повсякденного харчування солдатів, на випадок неможливості забезпечення їжею з польової кухні. Це були м'ясні консерви різних видів, в круглих банках (спочатку були квадратні, але від них відмовилися) вагою по 16 унцій (340 г), так звані М-одиниці (M-units). У ході війни американські солдати щодня повинні були отримувати по три таких юніта – як правило, це були консервовані м'ясо з бобами, м'ясо смажене з овочами та м'ясо тушковане з овочами. До 1941 року в цей пайок додавали цукерки і так з'явився польовий пайок Ц (Field Ration C). Харчова цінність цього раціону харчування склала близько 4500 калорій, стільки ж складав радянський та німецький раціон.

Війна супроводжувалася ускладненням постачання, особливо коли взяти до уваги протяжність лінії фронту і тривалість бойових дій [4, с. 10]. Та існував ще один фактор, що негативно впливав на ситуацію. Хронічний дефіцит товарів першої необхідності та продуктів харчування в передвоєнні роки спричинив поширення крадіжок державного й колгоспного майна. Згодом це явище перекинулось і на діючу армію.

Якщо на передовій розкрадання мало місце в обмежених масштабах (за це могли відразу розстріляти), то в армійському тилу стало типовим засобом задоволення особистих потреб тих, хто мав доступ до матеріальних цінностей.

Невід'ємним атрибутом фронтового побуту стали «перекури». Навіть ті, хто до війни не палили, в армії бралися за цигарку. Нерідко, як згадують ветерани, це була єдина відрада в суворих бойових буднях, що допомагала пережити незгоди, втрати товаришів, утамувати біль дошкульних поразок.

В періоди позиційного етапу війни, заповнити час було дуже важко. Саме тому однією з головних проблем була елементарна нудьга, одноманітність, неможливість знайти достатньо доцільних занять для солдатської маси. «Як би ти знав товаришу, як набридло сидіти в окопах, не можеш дочекатися тої хвилини, коли дозволять іти на клятого німця». Боролися з нудьгою солдати по-різному. Часто влаштовували різні розваги, наприклад, вистави в окопах, концерти.

Крім нудьги, тривале перебування в одних і тих самих окопах та землянках, загострило проблеми пов'язані с санітарно-гігієнічними умовами. Окопи разом з людьми «обживали» супутні їм побутові «комахи-паразити». Життя ставало нестерпним. Це видно хоча б з одного солдатського листа в тил у Вітебську губернію, в якому є такі рядки: «Прошу Бога, щоби швидше вбили або десь пропасти чи захворіти, але нічого не бере. Воші заїли, скільки їх розвелось, щодня відро їх можна набрати» [3, с. 133]. Побутові умови під час Другої світової війни відігравали важливу роль у позиційний період війни. Будь-які незручності у фронтовому побуті негативно впливають на психологічний стан людей, а отже, і на боєздатність армії.

Отже, поданий зріз фронтового повсякдення, звісно, далеко не вичерпує всіх його проявів. Та навіть наведена проекція дає змогу скласти уявлення про армійський соціум як складний організм з власними писаними й неписаними законами функціонування,

суперечливим поєднанням колективних та особистих інтересів, груповими й індивідуальними стратегіями. Рефлексії учасників бойових дій з приводу матеріально-побутових умов існування є важливим джерелом для розуміння внутрішньої драматургії взаємин в армійському колективі поведінки, субординації, морально-психологічного та фізичного стану, інших чинників, що, врешті-решт, визначили боєздатність американських Збройних сил у період Другої світової війни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бейкер К. Г. Система охраны психического здоровья в США. Вопросы психологии. 2016. № 6. С. 53–63.
2. Іванова Н. В. Міжнародна наукова конференція Актуальні проблеми історії Великої Вітчизняної війни 1941–1945 рр. Український історичний журнал. 2015. № 6. С. 147–151.
3. Кессельринг А. Солдат до конца: Воспоминания. Москва, 2014. 490 с.
4. Коваль М. В. Друга світова війна та історична пам'ять. Український історичний журнал. 2017. № 3. С. 10.
5. Комосса Г.-Х. Немецкая карта: Тайная игра секретных служб: Бывший глава службы военной контрразведки рассказывает. Москва, 2019. С.15.
6. Мединский В.Р. Война: Мифы СССР: 1939–1945. Москва, 2017. С. 655.
7. Фромм Э. Бегство от свободы. М.: Прогресс, 2016. 280 с.
8. Wippermann W. Die deutschen und der Osten: Feindbild und Traumland. Darmstadt, 2017. S.83.