



ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО: РИЗИКИ, МОЖЛИВОСТІ, ЗАВДАННЯ

Збірник матеріалів
міждисциплінарної науково-практичної конференції
Київ, 23 грудня 2016 р.

TRENDS OF THE FUTURE: RISKS, OPPORTUNITIES, TASKS

Collection of Materials of the Multidisciplinary Scientific and Practical
Conference
Kyiv, December 23th, 2016

ТРЕНДЫ БУДУЩЕГО: РИСКИ, ВОЗМОЖНОСТИ, ЗАДАЧИ

Сборник материалов междисциплинарной научно-практической конференции
Киев, 23 декабря 2016 г.

Київ
Видавець Л. І. Юдіна
2016

УДК 004:330.341.1](06.034.44)
ББК 32.973я431+65.01я431
Т-66

Мережне електронне наукове видання
Укладач – Л. І. Юдіна

УДК 004:330.341.1](06.034.44)

Тренди майбутнього: ризики, можливості, завдання [Електронний ресурс] : зб. матеріалів міждисциплінар. наук.-практ. конф., Київ, 23 грудня 2016 р. / [уклад. Л. І. Юдіна]. – Електронні дані (1,9 Мб). – Київ : Юдіна Л. І., 2016. – Режим доступу : <http://futurolog.com.ua/publish/3/Zbirnyk.pdf> . – Укр., рус., англ. – Назва з титул. екрана. – ISBN 978-966-97581-3-2: доступ вільний.

Trends of the Future: Risks, Opportunities, Tasks [Electronic resource] : Collection of Materials of the Multidisciplinary Scientific and Practical Conference, Kyiv, December 25th, 2016 / [compiler L. I. Yudina]. – Electronic data (1,9 Mb). – Kyiv : Yudina L. I., 2016. – Access mode: <http://futurolog.com.ua/publish/3/Zbirnyk.pdf> . – Ua, Ru, Eng. – Title. – ISBN 978-966-97581-3-2 : free.

ISBN 978-966-97581-3-2

У збірнику матеріалів конференції представлені міждисциплінарні теоретичні дослідження та практичні здобутки з різноманітних питань: від економічної, соціальної, фінансово-економічної безпеки підприємств, їх соціальної відповідальності до фінансової глобалізації, аналізу фінансових ринків, операцій кредитування, методів забезпечення інвестиційної привабливості, впливу інвестицій на розвиток галузі ІТ. Представлено досвід Польщі з впровадження контролю на підприємствах та підтримки розвитку інноваційних компаній у креативних секторах. Розглянуто світовий досвід становлення сільськогосподарських оптових ринків і конкурентоспроможність українського АПК, оцінено туристсько-рекреаційний потенціал Івано-Франківській області та рівень взаємовідносин між постачальниками та споживачами автотранспортних послуг, досвід гендерного виховання у ВНЗ, окремі аспекти музичної освіти з історичної точки зору, деякі питання адміністративної відповідальності та існуючі загрози соціальної безпеки регіону, віртуальної реальності, штучного інтелекту, маркетингові тренди 2017 року. Запропоновано футуристичне бачення майбутнього і проаналізовано проблеми залежностей людства, зокрема від технологій. Розглянуто також питання діагностики та прогнозування стану енергетичних установок для подолання глобальних енергетичних і екологічних проблем людства, використання сучасних електронних картографічних систем для успішного риболовецького промислу на базі космічних технологій, шляхи використання статичної електрики, тенденції застосування технології «Big Data» та впровадження інноваційних проектів ІКТ у медицину. Авторами матеріалів є представники різних сфер: досвідчені вчені, молоді науковці, представники креативного сектору. Матеріали можуть використовуватися при розробленні раціональної політики та плануванні майбутніх змін як на рівні окремих підприємств, галузей економіки, так і у суспільстві у цілому.

Матеріали публікуються в авторських редакціях



Мережне електронне наукове видання

ТРЕНДИ МАЙБУТНЬОГО: РИЗИКИ, МОЖЛИВОСТІ, ЗАВДАННЯ
Збірник матеріалів міждисциплінарної науково-практичної конференції
Київ, 23 грудня 2016 р.

Укладач – Юдіна Лариса Іванівна
Об'єм даних – 1,9 Мб

Видавець і виготовлювач
Юдіна Лариса Іванівна
03067, м. Київ-67, <http://futurolog.com.ua>
E-mail: info@futurolog.com.ua

Тел: +38 067 990 67 67, +38 093 971 13 35

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5054 від 29.02.2016р.

ISBN 978-966-97581-3-2

© Юдіна Л. І., укладання, 2016



ЗМІСТ

ВСТУП

ЮДИНА Л. І.

Редакційна стаття до мережного наукового видання «Тренди майбутнього: ризики, можливості, завдання».....6

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ.....8

NESTERAK J., GRÓDEK-SZOSTAK Z. (Poland)

The Clustering Support Development of Innovative Companies in the Creative Sectors.....9

МАЛІНОВСЬКА О. Я., КРАВЦОВА О. В.

Актуальні питання економічної безпеки в умовах глобалізації.....12

ЛЯШЕНКО П. А.

Загрози соціальній безпеці регіону: сутність і сфери виникнення.....15

НЕСТЕРАК Я. (Польща)

Контролінг - шлях до успіху підприємництва.....18

YUDINA N.

Dependencies in Information Society and Management of Consumers' Behavior. Marketing Specialists' Responsibility.....21

МЕЛЬНИЧУК В. Э.

Бхавиши (Будущее).....25

КІЗЬ О. Б.

Гендерна компонента в навчально-виховному процесі ВУЗу: від теорії до практики.....34

ПИЖАНОВА Н. В.

Окремі аспекти музичної освіти у Черкаському регіоні (середина XIX століття).....39

СЮНЯКОВА А. Р., ДАВИДОВА О. Б., КУЗЬМИЧ Ю. В.

Віртуальна реальність як середовище розробки ігор: передумови, розвиток, прогнози.....41

ЩЕКОЧИХІНА Т. О.

Штучний Інтелект - його прогрес, ризики та майбутні наслідки.....48

МЕГЕДИНЮК О. І.

Маркетингові тренди, які домінуватимуть у 2017 році.....51

ГОВОРУН А. В. Вплив залучення міжнародних інвестицій на розвиток підприємств галузі інформаційних технологій.....	54
ЗАВОЛОКА Л. О., КУШНІР А. І. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні.....	57
МАКСІМОВА Б. О., КОЦЕРУБА Н. В. Проблеми розвитку підприємств в Україні.....	59
ДЕМИДА М. Р., ЧАЙКА Н. В. Фінансова глобалізація України.....	62
ВОЛИНЕЦЬ Д. П. Формування етапів інвестиційної стратегії підприємства як метод забезпечення інвестиційної привабливості.....	65
МАЛІНОВСЬКА О. Я., БРАТОЧЕНКО О. О. Конкурентоспроможність агропромислового комплексу України на світовому ринку.....	68
ЗЕМБА С. С. Світовий досвід становлення національних оптових сільськогосподарських ринків.....	70
АРМАНУ В. И., ВЫЧУЖАНИН В. В. Разработка картографической системы детектирования местоположения для организации рыболовного промысла.....	77
МОЛОДУШКО Ю. М. Характеристика та оцінка туристсько-рекреаційного потенціалу Івано-Франківської області.....	82
ЛОБАНОВА Ю. Ю., ІВАЩЕНКО О. В. Організаційно-економічний механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства.....	86
ПЕНЕВА Л. Н., ВЫЧУЖАНИН В. В. Методы диагностирования и прогнозирования состояния судовой энергетической установки.....	89
СОЛНЦЕВ М. І. Шляхи використання статичної електрики для подолання глобальних енергетичних і екологічних проблем.....	94

БАКУНОВСЬКА Д. Д. Розробка та впровадження інноваційних проектів у медицину за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.....	96
МОСТОВИЧ Ю. С., БАБИЧ В. А. Адміністративна відповідальність за порушення прав споживачів.....	98
ГРИНЮК К. А., ФЕДОТОВА І. В. Оцінка рівня взаємовідносин АТП зі споживачами автотранспортних послуг	101
МОСТОВИЧ Ю. С., БАБИЧ В. А. Стихійна торгівля як адміністративне правопорушення та її потенційна загроза для споживачів.....	104
ЧЕБЕРЯКО А. С. Аналіз операцій з кредитування фізичних осіб в ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»... ..	106
КОЗЛО В. П. Тенденції застосування технологій «Big Data» у практичній діяльності.....	109



ВСТУП

Редакційна стаття до мережного наукового видання «Тренди майбутнього: ризики, можливості, завдання»

Вельмишановні Автори, Читачі!

У сучасному «споживацькому суспільстві» стратегії розвитку створюються на основі вивчення вже існуючих потреб Суспільства, що відноситься до так званого традиційного підходу «з сьогодення у завтрашній день». Однак це може призвести у майбутньому до неконтрольованих негативних наслідків. Слід розгорнути напрям досліджень у зворотній бік, тобто «з майбутнього у сьогодення» [1]. Це потребуватиме глибокого вивчення тенденцій минулого і теперішнього, на основі чого можна спрогнозувати можливі тренди майбутнього. Міждисциплінарна науково-практична конференція «Тренди майбутнього: ризики, можливості, завдання» поставила перед собою за мету зрозуміти тренди, що формуються у найрізноманітніших сферах життя суспільства, і, виходячи з отриманих результатів, проаналізувати ризики Майбутнього, намітити його можливості та поставити конкретні завдання з формування у Суспільстві нових потреб, необхідних для Людства у цілому.

Так, у цьому міждисциплінарному Виданні нам вдалося зібрати багато різних поглядів на поставлену мету міждисциплінарної науково-практичної конференції представників дуже різних напрямів діяльності. Докладно ознайомившись з усіма матеріалами наших Авторів, що проявили інтерес до заявленої тематики, ми довго думали, з якого саме розпочати наукове видання «Тренди майбутнього: ризики, можливості, завдання»... Вибір зупинився на матеріалі науковців з Польщі, присвяченому особливостям розвитку креативного сектору. Адже, з одного боку, за аналізом надісланих Авторами праць, ми дійшли висновку, що кожен науковець, не залежно від сфери науки, у якій він працює (науки про космос, економіка, машинобудування, освіта, містечтво, юриспруденція, сільське господарство, т. ін.), є, перш за все, представником креативного сектору! Учені є Творцями інноваційних ідей, які на сьогоднішньому етапі розвитку Світу є так необхідними для подолання проблем, що накопичилися у Суспільстві. Впевнена, що і у Читачів після ознайомлення з працями Видання складеться таке ж саме враження;

З іншого боку, у цьому Виданні ми частково випробовуємо трендовий сьогодні у світі моди стиль бохо (вільне і багатошарове змішування між собою різних стилей та їх складових, а також елементів різних епох в одязі), а саме: міждисциплінарне поєднання різних сфер науки, різних напрямів, жанрів, підходів, способів і інструментів висловлення думок, що зазвичай є дещо незвичним і навіть іноді «непоєднаним» у традиційному форматі. Наприклад, ми вперше у науковому виданні публікуємо фантастичний витвір! Можливо, ми ризикуємо... А, можливо, ми залишаємося вірними собі і продовжуємо запроваджувати в науку інноваційний підхід - формат «відкритого мікрофону». Майбутнє має власні правила, які нам тільки доведеться зрозуміти, і тому ми повинні випробовувати різні інструменти. Вже неодноразово підтверджувалося, що жанр «фентезі» через певний час ставав реальністю звичайного життя [2], але не завжди це мало позитивні наслідки...

Творчі особистості завжди якимось внутрішнім «барометром» відчують певні тренди, що накопичуються у суспільстві, і проєктують їх на майбутнє. Такі креативні,



як це може вдаватися на перший погляд, тренди не завжди одразу широко зацікавляють науку через, напевно, відсутність їх обґрунтування традиційними способами. Але ці тренди вірогідні, а тому не можуть залишатися поза увагою вчених!...

Саме тому, ми хочемо зацікавити перш за все широку наукову спільноту у зовсім різних прогнозах для здійснення наукового аналізу, у тому числі і подібних, навіть, на перший погляд, фантастичних трендів... Це важливо для наукового їх попередження у масштабах усього Людства, важливо так само, щоб негативні прогнози не здійснювалися. Тому ми також особливо вдячні нашим Авторам, які запропонували для цього Видання історичні факти про те, як на конкретних прикладах відбувався розвиток суспільства у минулому. Адже у прагненні інноваційного і техногенного майбутнього ми можемо зовсім позабути про свій багатий інформаційний ресурс, що накопичився у минулому у вигляді історії і був апробований часом, і не застосувати його ефективно сьогодні... Такі приклади надзвичайно цінні, адже їх можна використати у якості аналогій у різних сферах науки і життя суспільства.

У будь-якому випадку – у нас є Вибір...

P.S. Випуск Видання співпав з Новорічними святами. Тому хочеться привітати кожного з Вас з Новим Роком і Різдвом Христовим! Ми щасливі, що входимо у Новий Рік разом з Вами - нашими талановитими і обдарованими Авторами і зацікавленими Читачами! Це означає, що у нас і у всього Людства є Майбутнє! Миру, злагоди, здоров'я, любові, душевного спокою і творчого натхнення Вам і Вашим близьким! Віримо, що добрі стосунки і особливий творчий зв'язок, що існує між нами, будуть і надалі ставати міцнішими!

Щасливого Нового Року всім нам!



З повагою і вдячністю до кожного нашого Автора і Читача,
Юдіна Лариса Іванівна,
директор Nonfiction-видавництва
порталу «#Футуролог» (<http://futurollog.com.ua>),
голова Організаційного комітету
Міждисциплінарної науково-практичної конференції
"Тренди майбутнього: ризики, можливості, завдання" (23.12.2016)

1. Юдіна Н. В. Технологізація управління маркетинговою діяльністю [Електронний ресурс] / Н. В. Юдіна // Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ». – 2015. – Режим доступу : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/download/45629/41850>.
2. Юдіна Н.В. Маркетинговий інструмент предсказания будущего – Режим доступа : http://futurollog.com.ua/blog_2015_07_20fifthelement.html.



МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ



UDC 331.10.5

J. Nesterak

Prof. UEK dr. hab., Associate Professor, Cracow University of Economics, Department of Economics and Organization of Enterprises,

nesterak@uek.krakow.pl

Z. Gródek-Szostak

Dr, Adjunct, Cracow University of Economics, Department of Economics and Organization of Enterprises,

grodekz@uek.krakow.pl

THE CLUSTERING SUPPORT DEVELOPMENT OF INNOVATIVE COMPANIES IN THE CREATIVE SECTORS

Companies operating in the sectors of creative are among the most innovative of the representatives of the world business (table 1). According to a study conducted in the UK (6, p.218), up 32% of the creative sectors declared to introduce product innovations (compared to 21% recorded in other areas of the economy), and 16% – implementation of process innovation (other sectors – 11%) [1, p. 35]. Highlight the differences, taking into account the innovation of more groundbreaking character, referred to innovation "at the level of the market". The introduction of this type of product innovations reported 14% of the creative sectors (the other sectors – 7%), and the innovation process – 6% of companies (other sectors – 3%).

Table 1

Classification of sectors and related services

Sectors (EOK)	Advertisement	The printing and industry publishing	Architecture, design and artistic creativity
	Cultural institutions	Radio and television	Sales and distribution
Products (UNCTAD)	Design	Publishing	Craftsmanship
	Audiovisual media	New media Visual art	The art scene
Services (UNCTAD)	Advertising, market research and public opinion	Research and development	Architectural, engineering and other technical services
	Personal, cultural and recreational	Audiovisual and related	Other-other personal, cultural and recreational

Develop own, based on [9, 11]

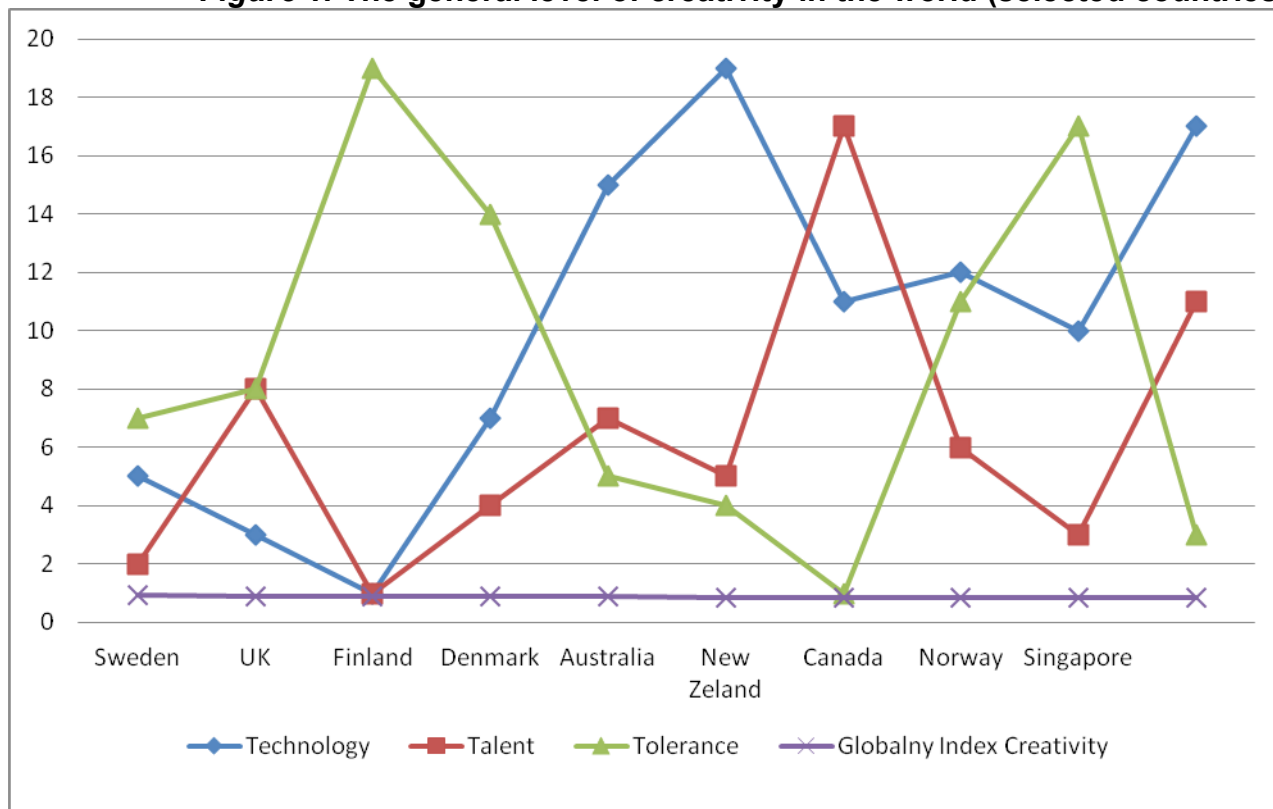
Creative industries are responsible for 2.7% of the exports of goods of the European Union, noting the larger contribution from chemical products - 1.6% or tobacco - 0.3% (2010 year). Employing a total of over 6 million people, have about 3.0% share in total employment in the EU-27, in the USA this share reaches 4.0% [3, p.28]. More than half of employees work in firms associated with information technologies (1.8%), the rest is attributable to business service sectors (0.9%) and other creative activities, such as art and entertainment (0.3%). Taking into account international trade, creative industries are significant, over 4% of EU exports [6, p.167].

© Nesterak J., Gródek-Szostak Z., 2016



On the basis of the results of the tests carried out in Singapore [7, p.58] of the country, which has the largest share of the creative class in employment [4, p.53], we can conclude that the creative sector has extensive links between themselves in terms of knowledge, goods and services (figure 1).

Figure 1. The general level of creativity in the world (selected countries)



Source: develop own, based on [4, p.40; 2, p.35]

Of products/creative services use can not only representatives of the creative industries, but other sectors of the economy. Significant links with other sectors indicate the results of the tests carried out in the UK for the procurement of products creative submitted by representatives of various sectors of economic activities. It is worth noting that in more than a decade in all sectors of the economy, except for agriculture and extractive industries, the demand for creative products increased [3, p.37]. The links between the various sectors indicate that the stronger is the potential industries associated the greater is the potential for the development of cultural and creative sectors. In this case it's the role of the cluster initiatives that can create demand for products and services of the members of the initiative in related sectors.

The development of cooperation in the cluster are various organized activities undertaken by entities of the cluster in the cluster initiatives. Cluster initiative is primarily defining the common objectives and the targeting of specific promotional activities carried out by the various entities that make up the cluster. The term "cluster initiative" is not the same as a cluster, because in the initiative as a rule not all working in the cluster. In the classic definition of a cluster initiative indicates the cooperation of business, Government, and Science (triple helix). The diversity of actors in the cluster initiative is a distinctive attribute of the cluster initiative from other forms of cooperation in the industry, such as

associations or chambers of Commerce. The basis for the activities of the latter is primarily a collaboration between companies.

Cluster activity promotes business investment in innovation, as well as cooperation between businesses and scientific institutions and between enterprises [8, p.38]. Reported by the Copenhagen Declaration for excellence clusters international studies confirm that there is a significant, positive impact of joint projects in the field of research and development. Their impact on productivity per person employed, income and economic growth is about 9% higher in projects, than in individual projects.

Some studies also indicate that the effectiveness of employees in companies cooperating with other enterprises, universities, scientific institutions or technology institutes, is an average of 9-15% higher than in the other companies active in the field of research and development. In addition, joint projects with the participation of companies from other European countries also significantly contribute to the growth of exports and employment [5, p.73].

References

1. Community Innovation Survey (CIS), 2006.
2. Czarnacka E. (2009), Analiza wpływu inwestycji w infrastrukturę społeczną na wzrost gospodarczy województwa śląskiego, wrzesień, Katowice.
3. Falk R. i in. (2011). Innovation and Competitiveness of the Creative Industries, WIFO.
4. Florida R. i in. (2011). Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index, Martin Prosperity Institute, wrzesień.
5. Gródek-Szostak Z. (2014), Przewodnik dla uczestników Śląskiego Klastra Nano. Opieka merytoryczna D.Kajrunajtys, Centrum Kształcenia Ustawicznego Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
6. KE (2010), European Competitiveness Report 2010, Brussels.
7. MIT (Ministry of Trade and Industry) (2003), Economic Contributions of Singapore's Creative Industries, Singapore.
8. Nesterak J. (2013), Możliwości zastosowania narzędzi Performance Management w działalności gospodarczej firm budowlanych. Seminarium z zakresu nowoczesnego zarządzania firmą i standaryzacji pt. „Powiązania sieciowe jako źródło efektów synergii w gospodarowaniu i zarządzaniu firmą” w ramach realizacji projektu „Wsparcie dla tworzenia i rozwoju Świętokrzysko-Podkarpackiego Klastra Budowlanego INNOWATOR”, 24 października, Kielce.
9. Sztulka S. (2012). Klastry w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Received 21.12.2016

УДК 339.9

О. Я. Маліновська,

О. В. Кравцова,

olya.kravtsova333@gmail.com

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Актуальність теми роботи обумовлено важливістю відокремлення актуальних питань економічної безпеки в умовах глобалізації. У XXI столітті серед ключових процесів розвитку світової економіки виділяють прогресуючу глобалізацію світової економіки. Проблема безпеки стала однією з найбільш актуальних для держав в глобальній світовій економіці кінця XX - початку XXI ст.

Зростаюча глобалізація економіки виражається в різкому збільшенні масштабів і темпів переміщення капіталів, випереджаючому зростанні міжнародної торгівлі порівняно зі зростанням валового внутрішнього продукту, виникненням цілодобово працюючих в реальному масштабі часу світових фінансових ринків. Створені за останні десятиліття інформаційні та економічні системи незмірно посилили здатність фінансового капіталу до швидкого переміщення, що містить в собі, принаймні потенційно, здатність до руйнування стійких економічних систем [3].

Існує безліч різних складових безпеки, серед яких виділяються - політична, економічна, технічна, продовольча, інформаційна, військова, екологічна та ін.

Економічна безпека є однією з найважливіших проблем стосовно держави (країни). По-перше, саме економічний стан країни визначає політичну силу держави в світовому співтоваристві. По-друге, на економічному потенціалі держави ґрунтується її здатність протистояти експансії (військовій, торговельній, фінансовій) інших держав. По-третє, саме від стану економіки країни багато в чому залежить можливість забезпечення продовольчої, технічної, інформаційної, фінансової безпеки [1, с. 21].

До об'єктів економічної безпеки відносяться не лише держава, її економічна система та всі її природні багатства, але й суспільство з його інститутами, установами, а також кожна окрема особа [2, с. 164].

Зміст економічної безпеки держави пов'язано перш за все з національними економічними інтересами.

Економічна безпека є не абстрактним поняттям, а має досить конкретний зміст. Цей зміст передбачає наявність елементів, які в сукупності становлять її структуру. Російський академік Л. Абалкін виділяє три найважливіші елементи структури економічної безпеки:

- економічну незалежність, яка в умовах сучасного світового господарства не носить абсолютного характеру, так як міжнародний поділ праці робить національні економіки взаємозалежними одну від одної. Економічна незалежність означає збереження контролю держави за національними ресурсами і можливість на рівних брати участь у всіх формах міжнародних економічних відносин;
- стабільність і стійкість національної економіки;
- здатність до саморозвитку і прогресу.

© Маліновська О. Я., Кравцова О. В., 2016



Таким чином, економічна безпека має досить складну структуру. Причому зміст економічної безпеки держави відображає змогу виникнення загроз двох видів: ендогенних (внутрішніх), джерело яких лежить всередині самої держави і національної економіки; екзогенних (зовнішніх) - їх джерело знаходиться за межами національної економіки, в зовнішньому світі [1, с. 23].

Загрозами глобальної економічної безпеки можуть бути:

- світова фінансова криза;
- світова енергетична криза;
- техногенні або природні катастрофи, великі терористичні акти, що викликають руйнування або параліч систем життєзабезпечення багатьох держав,;
- військові конфлікти, локальні і світові війни.

Це загрози, які можуть розбалансувати світовий економічний порядок і наслідки яких позначаються на переважній кількості країн світу.

До внутрішніх загроз економічної безпеки держави відносяться, наприклад, істотне скорочення внутрішнього валового продукту, зниження інвестиційної та інноваційної активності і науково-технічного потенціалу, стагнація аграрного сектора, сепаратистські устремління ряду внутрішніх регіонів, економічна дезінтеграція, соціальна диференціація, криміналізація суспільних і економічних відносин і т. п.

Зовнішні загрози можуть бути обумовлені ослабленням ролі держави в світовому економічному просторі і виявлятися в таких негативних моментах, як перетворення країни на постачальника сировини та енергоресурсів і імпортера високотехнологічних наукоємних товарів і продуктів харчування; наявність масового виробництва неконкурентоспроможних товарів, малопотужний банківський і інвестиційний сектор, слабка захищеність митних кордонів і неефективність валютного контролю.

Зовнішніми суб'єктами, які впливають на економічну безпеку країн в наш час, є:

- міжнародні економічні організації
- інші країни і їх угруповання
- представники міжнародного бізнесу (насамперед транснаціональних корпорацій)
- транснаціональна злочинність [1, с. 25].

В значній мірі реалізація економічного впливу і захист від загроз економічної безпеки держави реалізуються через участь в міжнародному бізнесі. Міжнародний бізнес - це сукупність приватних, державних і змішаних організацій, що здійснюють економічну діяльність в інших країнах в комерційних цілях. Цей бізнес здійснює свою діяльність в даний час практично у всіх галузях: промисловості, будівництві, сфері послуг, сільському господарстві, інформаційною, фінансово-кредитній сферах і т. д. Глобальний економічний простір представляє свого роду «ігрове поле» для представників транснаціонального бізнесу.

На практиці основними представниками міжнародного бізнесу є перш за все великі компанії - транснаціональні корпорації (ТНК), а також транснаціональні банки, міжнародні інвестиційні фонди. Наслідки діяльності ТНК носять суперечливий характер.

Найчастіше спецслужби держав, зайняті зовнішньою розвідкою, «за сумісництвом» здійснюють економічне шпигунство з метою вилучення незаконним шляхом промислових (комерційних) секретів і передачі їх крупним національним корпораціям. В умовах глобалізації розвинені держави підтримують власний бізнес

таким способом, як здійснення зовнішньоекономічної розвідки (шпигунства) і боротьби проти конкурентів «своїх» компаній.

Таким чином, в умовах глобалізації з'являються все нові загрози економічній безпеці країн, провідником яких багато в чому виступають ТНК, а сферою - міжнародний бізнес.

Список джерел (References)

1. Білозеров В. П. Економічна безпека держави в умовах глобалізації / В. П. Білозеров // Вісник Омського університету. Серія «Економіка». – 2006. – № 4. – С. 21-26.
2. Трощенко Т. А. Сучасні технології управління економічною безпекою підприємства / Т. А. Трощенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – № 29, 2010. – С. 164-168.
3. Український конфуз [Електронний ресурс] // Видавництво «К. І. С.». – 2011. – Режим доступу до ресурсу : <http://bookland.com/download/8/83/83285/sample.pdf>.
4. Маліновська О. Я. Особливості економічної безпеки регіону (на прикладі Львівщини) / О. Я. Маліновська, М. І. Біляк // Вісн. Нац. лісотех. ун-ту України : [зб. наук. праць] / Нац. лісотех. ун-т. – Львів : Вид-во Львів. - 2013. – № 23.18. – С. 137-142.

Одержано 13.12.2016.



УДК 65.012.8:331.5+316+314 (477)

П. А. Ляшенко,

аспірант Інституту економіко-правових досліджень НАН України

ЗАГРОЗИ СОЦІАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ РЕГІОНУ: СУТНІСТЬ І СФЕРИ ВИНИКНЕННЯ

Події, які розвиваються в Україні протягом останніх трьох років надзвичайно актуалізують проблематику соціальної безпеки. Така актуалізація має емпіричні джерела. Перед усе, головним макро-чинником є гібридна агресія РФ проти України, а мезо-чинниками - посилення протестного потенціалу, милітаризація суспільства, вади перебігу реформування, внутрішня міграція, релокації трудового потенціалу, раптова бідність населення тощо. Попри загострення соціальної небезпеки в Україні, недостатньо сміливими є наукові розвідки щодо соціальної безпеки регіону, тоді як наразі саме ця складова є однією з найпроблемніших у системі національної безпеки.

Розглянемо, як «вмонтована» соціальна безпека регіону у відповідну ієрархію (рис.1).

Рівень	Тип соціальної безпеки
Держава	Соціальна безпека держави (Societal security of government)
Регіон	Соціальна безпека регіону (Societal security of region)
Підприємство	Соціальна безпека підприємства (Societal security of enterprise)
Суспільство	Соціальна безпека (Social security)
Особа	Індивідуальна соціальна безпека (Personal societal security)

Рис. 1. Ієрархія типів соціальної безпеки
(складено автором)

Соціальна безпека держави має системотворчий статус у наведеній ієрархії, проте її основоположною точкою є індивідуальна соціальна безпека (Personal societal security). З приводу такого тлумачення є багато наукових суперечок, оскільки особа (Persona) є «молекулою» суспільства і скоріше має відігравати роль «об'єкта захисту», ніж суб'єкта безпеки, проте той самий емпіричний досвід показує, що поняття індивідуальної соціальної безпеки має право на існування. З екзогенної точки зору – це умови, які мають убезпечувати конкретну людину від негативного впливу небезпечних чинників (на усьому діапазоні від медичних до політичних), з ендогенної – спроможність людини сформувати небезпечне мікросередовище для своєї життєдіяльності. І є ще один аспект, який підкреслює основоположність соціальної безпеки на рівні особи. За методом «від зворотного» це можна сформулювати як масштаб загрози, який може бути спричинено діями однієї особи. Особливо руйнівної сили це набуває тоді, коли соціальна безпека починає конвергувати з політичною і спрацьовує «ефект злого генія».

Найбільш спрощене тлумачення соціальної безпеки (Social security), очевидно, можна було б навести, спираючись на попереднє визначення індивідуальної

© Ляшенко П. А., 2016



соціальної безпеки, пояснивши її як сукупність. Проте, слід зазначити, що тлумачення соціальної безпеки є «корінним» у розумінні її похідних у тому сенсі, що ним часто підміняють усі інші.

Термін «соціальна безпека» в Україні зафіксовано на нормативному рівні. Так, згідно з Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України «соціальна безпека – це стан розвитку держави, за якого держава здатна забезпечити гідний і якісний рівень життя населення незалежно від віку, статі, рівня доходів, сприяти розвитку людського капіталу як найважливішої складової економічного потенціалу країни». [1]. Таке визначення соціальної безпеки, попри те, що претендує бути ототожненим з її розумінням на державному рівні, має певні недоліки. По-перше, воно є вузько-скерованим – виключно на людський капітал, по-друге, містить у собі певні протиріччя, як-от: «забезпечити гідний і якісний рівень життя населення незалежно від ... рівня доходів». Попри це, виходячи з наведеної ієрархії, таке визначення можна віднести до Social security, тобто найбільш узагальненого розуміння безпеки соціуму, або соціальної безпеки як феномена.

Багато суперечок виникає також навколо розуміння соціальної безпеки підприємства (Societal security of enterprise), але якщо виходити з того, що підприємство є мікроцивілізацією (за С. Л. Благодетельовою-Вовк), або, щонайменше «агентом» корпоративної соціальної відповідальності (Corporate Social Responsibility) та, відповідно, однією з рушійних сил соціальної відповідальності, то таке поняття, безперечно, має право на існування.

Нарешті, найнеоднозначнішим є розуміння соціальної безпеки регіону (Societal security of region). Неоднозначність породжується «накладанням невизначеності на невизначеність», а саме, відсутність чіткості у розмінні соціальної безпеки на державному рівні не дає змоги «зверху», нечіткість розуміння соціальної безпеки підприємства не дає змоги «знизу» підійти до формулювання досліджуваного поняття «технічно». Крім того, велику роль у розумінні соціальної безпеки регіону відіграє суміжність підходів, як-от: «соціально-економічна», «соціально-екологічна» «соціально-політична» безпека.

Тут треба зробити певне пояснення, детально розглянуте в [2, с.11]. Термін «соціальна безпека» в розумінні дослідників зазвичай має два трактування: традиційне (відсутність загроз для соціуму) та альтернативне (відсутність загроз з боку соціуму). Соціальна безпека у традиційному розумінні (соціальна безпека для соціуму) – це відсутність загроз здоров'ю та життю людини. Соціальна безпека у альтернативному розумінні (соціальна безпека з боку соціуму) – це відсутність загроз національній безпеці з боку власних громадян. Обидва види соціальних загроз щільно пов'язані одна з одною, при цьому одна породжує іншу, утворюючи замкнене коло, але при цьому первинною слід вважати соціальну безпеку для соціуму. [2, с. 11].

У рамках цього доробку не можна залишати поза розглядом питання щодо первинності та вторинності соціальних безпек в розумінні «традиціоністів» та «альтернативістів». Неважко дійти висновку, що загрози здоров'ю, життю та внутрішньому світу людини спричиняють протестні настрої у суспільстві, які породжують загрозу національній безпеці. Іншими словами, загрози для соціуму є первинними по відношенню до загроз з боку соціуму, оскільки перші спричиняють другі. Але другі, своєю чергою, спричиняють перші, тобто коло замикається. [2, с. 11].

Отже, сфери виникнення загроз соціальній безпеці регіону, показані на рис. 2, також можуть бути розглянуті як з позиції традиційного, так і з позиції альтернативного погляду на соціальну безпеку.



Рис. 2. Локальні сфери виникнення загроз соціальній безпеці регіону

Таким чином, до числа загроз соціальній безпеці регіону, породжуваних на глобальному та макро-рівні, додаються ті, які по відношенню до регіону як внутрішньодержавної таксономічної одиниці, мають локальні сфери виникнення. Попри те, що кожна із зазначених сфер, передусім, не є загрозою, будь-яка диспропорційність в ній або потенційна небезпечність можуть бути джерелом загроз, вимірюваність яких має стати перспективою подальших наукових розвідок.

Список джерел (References)

1. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України : [електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/control/ru>
2. Коваль О. П. Соціальна безпека: сутність та вимір : наук. доп. / О. П. Коваль. – К. : НІСД, 2016. – 34 с.

Одержано 22.12.2016

УДК 65.014.1

Я. НЕСТЕРАК,
Prof. UEK dr. hab., Associate Professor, Cracow University of Economics, Department of Economics and Organization of Enterprises,
nesterak@uek.krakow.pl

КОНТРОЛІНГ- ШЛЯХ ДО УСПІХУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Економічна криза спонукає до використання контролінгу, який застосовує сучасні інструменти для поліпшення якості і ефективності управління. Додатковим стимулом до використання контролінгу стала зростаюча конкуренція на ринку, особливо після вступу Польщі до Європейського Союзу. Компанії змушені з одного боку скорочувати свою фінансову діяльність, а з іншого боку брати на себе нові завдання які вимагають великих затрат. Менеджери знаючи про існування складних бізнес-процесів, шукають інструменти які б дозволили їм прийняти рішення щодо зниження економічного ризику. Багаторічний досвід закордонних фірм, але також все частіше вітчизняний досвід показують, що функції такого інструменту може виконувати контролінг.

Незважаючи на зростаюче значення контролінгу як економічної науки, так і в бізнес-практиці, існують розбіжності щодо трактування цього терміну.

Контролінг не має єдиного трактування в світовій літературі. Безліч науковців в області управління мають різне бачення цього визначення. Влучно говорить Preissler, що «кожен має своє власне уявлення та тему того, що означає термін контролінг» [8, с.12]. Різноманітність визначень виникає також з використання контролінгу в багатьох фірмах з різними традиціями і різноманітною фінансовою організацією.

Незалежно від різних підходів, як наукових так і бізнесових в кожному визначенні окреслюється поняття контролінгу, як методологія чи система методів. Контролінг об'єднує, координує і покращує функції управління. Його не можна розглядати у відриві від управління, так як він тісно пов'язаний з ним [7, с.24]. Одним із фундаментальних завдань контролінгу є створення команди та впровадження контролінгу за допомогою контролера – особи що використовує багатовимірну інформацію, яка координує та підтримує прийняття рішень в окремих підрозділах усередині компанії.

Найбільшу увагу на обґрунтування терміну контролінгу звернули науковці США та Німеччини (табл. 1).

Таблиця 1

Окремі визначення контролю американських і німецьких авторів

Автор	Визначення контролінгу
США	
R. Anthony	Контролінг є допоміжним інструментом, який скеровує суб'єкти господарювання до визначених цілей, служить досягненням конкурентних переваг, він забезпечує ефективну реалізацію стратегії і досягнення успіху.
H. Kerzner	Контролінг це процес управління який включає, етапи вимірювання розміру економічного зростання, з допомогою якого оцінюється ступінь реалізації цілей, ідентифікації причин відхилення можливості виправлення або використання сприятливих тенденцій.

© Нестерак Я., 2016



(продовження Табл. 1)

H. Koontz C. O'Donnell H. Weihrich	Контролінг це функція управління суть якого полягає у вимірі і корекції завдань, в необхідності оцінки показників та досягнення цілей.
Німетчина	
R. Bramseman	Контролінг це такий спосіб мислення працівників який стверджує план сумісності реалізованих цілей на всіх рівнях фірми. Це досягається через координаційні інструменти, методи ноу-хау, відповідних систем планування контролю і інформації.
A. Heigl	Контролінг це належним чином визначені завдання керування процесами фірми. Відкидається ототожнення контролінгу з контролем, звертається увага, що це скоріше організація, мотивація, координація, управління, прогнозування, планування а також комунікація.
P. Horvath	Контролінг є підсистемою управління, що координує планування контролює постачання інформації, в такий спосіб координує цілу систему фірми. Ці заходи скеровані для управління всією компанією згідно з запрограмованими цілями, тобто досягнення заздалегідь визначених ефектів.

Джерело: [Anthony 1988, s.34; Bramseman 1990, ss. 47–48; Heigl 1989, s. 19; Horvath 2011, ss. 21-60; Kerzner 1989, s. 224-226; Koontz, O'Donnell, Weihrinch 1984, s.549, Nesterak 2015, ss.24-25].

В Польщі концепція контролінгу з'явилася тільки в дев'яностих роках двадцятого століття.

Трансформаційні процеси дозволили застосовувати та впроваджувати рішення, які контролюють польські компанії. Зацікавлення контролінгом на початку було відносно невеликим, але через кілька років ця концепція набула швидкого поширення і розвитку. Вивчення іноземних концепцій та поняття «контролінг», стали з'являтися в якості перших польських публікацій з цієї тематики і вже в 2000 р. 15 % польських компанії впровадили систему контролінгу.

Отже, можна стверджувати, що концепція контролінгу в Польщі в цілому розвивається. Появляються нові публікації, статті в газетах та журналах. Також потрібно зазначити, що до досліджень в області контролінгу проводиться багато тренінгів, практичних занять з даної тематики. У 2011 р. в Університеті економіки в Кракові стартував унікальний курс під назвою «Бухгалтерський облік і контролінг».

Програма навчання включає в себе сучасні знання бухгалтерського обліку та контролінгу і готує студентів до практичної діяльності. Це відповідь на потреби ринку праці в Польщі. Спеціальність Контролінг надає можливість набути навичок з даної спеціальності, виступати в якості консультантів по сприянню розвитку менеджменту компаній в оптимізації бізнес-процесів. Поширення контролінгу сприяють тренінгові компанії. В цьому напрямку працюють також безпосередньо самі керівники підприємств. В 2012 р. в Кракові була заснована Асоціація «Краківська Школа Контролінгу», мета якої полягає в розробці та поширенні знань про контролінг, управління менеджментом, облік, фінанси, сучасні концепції та методи управління, а також допоміжна діяльність, яка підтримує економічний розвиток та розвиток підприємництва в цілому.

У даний час контролінг використовується і розвивається в багатьох польських компаніях.



Майбутнє контролінгу дуже оптимістичне, тому що в умовах кризи менеджери вважають, що контролінг це ефективний інструментарій для досягнення поставленої мети. Але контролінг вимагає сильної підтримки із сторони інформаційних технологій. Двадцять перше століття є фактично періодом, в якому інформація стала одним з основних економічних ресурсів. У сучасній економіці, в тому числі у сучасних компаніях, інформація все частіше розглядається поряд з трьома класичними елементами: земля, капітал і робоча сила - як четвертого фактора виробництва. Швидкий розвиток підприємств, глобалізація світового ринку, а також технічний прогрес спричинив до підвищення попиту на інформацію. Вона стала основою для роботи і управління кожною організацією. Багато підприємців в даний час мають проблеми з програмним забезпеченням, яке з допомогою контролінгових програм може використовуватися для управління фірмою. Ці зміни вимагають застосувань нових знань з контролінгу, вміння приймати правильні управлінські рішення та мають важливе значення з точки зору всієї організації. Ця проблема виникає не тільки у великих корпораціях, а й в малих та середніх підприємствах. Все більша кількість оброблюваних даних, попит на актуальну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень, розширення структури компаній, сфери діяльності змушують менеджерів мати справу з "заміною" або переконструювати раніше функціонуючу систему. Менеджерам необхідно розуміти, що для ефективного керівництва виникає потреба перепроєктувати всю інформаційну систему, яка б пов'язала всі сфери діяльності компанії. Часто рішення про покупку нового програмно-контролінгового забезпечення не будуть прийняті на основі реальних можливостей компанії, але бурхливий розвиток інформаційних технологій та потреба в них є важливим аргументом щодо заміни програмного забезпечення.

Як правило, вважається, що для використання контролінгу необхідно замінити програмне забезпечення на нове, сучасний продукт буде вирішувати всі існуючі проблеми, буде отримана набагато ширша інформація, а також краще опрацьована. Практика показує, що це вірно, але тільки в тому випадку, коли буде координуватись співпраця консультантів, відповідальних за наукові підходи, а також впровадження рішень контролінгової команди.

Список джерел (References)

1. Anthony R. [1988], *Management control function*, Harvard Business School Press, Boston.
2. Bramseman R. [1990], *Handbuch Controlling – Methoden und Techniken*. Hanser, München–Wien.
3. Heigl A. [1989], *Controlling – Interne Revision*, Stuttgart, Gustav Fischer Verlag, New York.
4. Horvath P. [2011], *Controlling*, Vahlens Handbücher, München.
5. Kerzner H. [1989], *Project management, a system approach to planning, scheduling and controlling*, wyd. II, Van Nostrand Reinhold Co., New York.
6. Koontz H., O'Donnell C., Weihrinch H. [1984], *Management*, Mc-Graw Hill, New York.
7. Nesterak J. (2015), *Controlling zarządczy. Projektowanie i wdrażanie*, Wydawnictwo Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
8. Preissler P. (1999), *Controlling – Lehrbuch und Intensivkurs*, R.Oldenbourg Verlag, München-Wien.

Одержано 21.12.2016

UDC 339.138:004.5+008.2

N. Yudina,

Laureate of the President of Ukraine Prize for young scientists, Ph.D. in Economics, Assistant professor, orcid: 0000-0002-1730-9341, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", the founder of the Group of companies «Factory of Decisions «Red Sails» (<http://assol.at.ua>), Portal #Futurolog (<http://futurollog.com.ua>), Nataly.Yudina@meta.ua

DEPENDENCIES IN INFORMATION SOCIETY AND MANAGEMENT OF CONSUMERS' BEHAVIOR. MARKETING SPECIALISTS' RESPONSIBILITY

Brand-management tools foster special scenarios of consumer behavior in mindsets of the target audiences. Such scenarios are schemes of "right" thoughts (figuratively saying - "footpaths"), formed by communicative brand messages, videos with strong associations, play-actors' behavior in regard to the brand (for instance, buying the brand), brand behavior of itself in regard to society. Such scenarios insinuate themselves into a value system of a certain consumer. So after the consumer accumulates some knowledge baggage about the brand organized as the "footpaths" framework, an inverse process will be possible – real behavior of the representative of the target audience according to this scenario. Typically, the most desired behavior means the consumer to buy brand. It also means the economic effect of brand communications. It is important to emphasize the inverse process seems to be plausible, independent and quite logical for the consumer. But in very deed the inverse process has been provoked by the smart pre-planned psychological effect of the brand communications.

According to the elaboration likelihood model (ELM), there are two kinds of an elaboration of information: logic and emotions [2]. According to our advanced ELM, a likelihood of the logical elaboration needs a large complex of particular conditions (for instance, the environmental situation that fosters the logical elaboration, consumer's skills for the logical elaboration or awareness of the brand, one kind of motivations to do this) [3]. But it's too difficult to achieve such abundance of all these conditions in modern information society because of its special features of much information. Much information has been making people to be indifferent to stimulus [4]. That is why the emotional elaboration of brand communications is much more likely. But it will be possible if the internal emotional stimulus is powerful and corresponds to psychological stereotypes and associations already existed in the consumer's mindset.

The associations formed by preliminary "treading out the footpaths" can be the reason of reflexive and even unwanted actions. For example, an advertising spot has provoked terrible disorders of football fans [5]. The advertising spot was translating on screen displays during breaks of some football match and after it. The play-actor of the advertising spot had been manipulating a baseball bat by the same way as the football fans were doing. That is why the criminal procedure investigated that the advertising spot was the main reason of riots and arson attacks by football fans that day.

Online-games can be a very perspective tool to form behavior scenarios in consumers' mindsets. The commercialization of online games and mobile applications markets is increasing. It underlines the great consumers' demand on them. So, many

© Yudina N., 2016

brands have already used online-games and mobile applications as promotional channels of their communicative programs.

If a gamer finds the right key and understands the right scenario of the game, actions he will be promoted to the next game level in most games. That is why the gamer needs to be repeating some actions many times till he finds the key. That helps the gamer to “tread out the footpaths” of the particular actions scenario that corresponds to the particular game situation. If objects, simulated in the game surroundings are too realistic, similar real situation can provoke such behavior of the gamer in his real life.

The computer games in which the gamer kills his computer virtual enemies many times increase the likelihood of the same reaction in reality. The high profile of killing of the father by his son was the horrible example of it [6]. The father wanted to take a keyboard away off his son because the teenager didn't want to go to bed. The criminal procedure investigated that murder by teenager was completely on a par with the murder scenario of the computer game that the son had been playing before...

Such examples make us to fall into a muse about what kind of psychological tools of the distance contactless impact the marketing specialists have and about the futurological consequences of that... That is why the marketing specialists have to realize and focus on their more important mission and not only the brand economic results.

In the information society it is impossible to elaborate increasing scope of information. Demand on ideologies is growing because they can help people to simplify the processes of making decisions in information chaos [7]. Making decisions by emotional kind of elaboration can be compared with the situation when people cut a long sealed road off by going on the footpath which cuts a corner. So, marketing specialists have the only one way to achieve the desired economic effect. They don't need to fight with “mosaic thinking” of consumers, the need to use it.

As provided by such approach it needs a very strong emotional impact to provoke the emotional kind of the elaboration of marketing information. But the likelihood of the logical elaboration is low because of mosaic thinking of consumers [9]. Mosaic thinking provokes steady changeover switching attention. It shortens the “footpaths” and tramples them down. It disturbs the process of forming customers' loyalty to brands (although it isn't, to put it bluntly, loyalty, because it's dependence as a result of minimum triple repetition of the same stimulus). That is why mosaic thinking is becoming the self-protection tool of the consumers from negative scenarios that can form psychological dependence...

The marketing crisis needs us to think about implementation of some limitations. If we don't want catastrophic accidents, human development must be rotated to a rearward direction: not to increase information the brain cannot to elaborate, but to manage this process and, in particularly, to slow-up it [8]. And we need consumers familiar channels and tools (for instance, the services of images / images of the search systems, social media, computer games and so on).

For instance, the ABC book with images makes good use of mosaic thinking for teaching children of reading. Computers games can be one of the effective marketing tool to overcome mosaic thinking. It's possible because games can involve gamers into the game scenario for a long time. Negative results don't depend on the computer game in and of itself (it's the channel for communications only), but they depend on its inscape. The horrifying consequences of computer games confirm games effectiveness. But now it's important to learn how to use this tool by changing its inscape that is a new material for marketing specialists to thought.

Let me throw this out of my life – how differently the same information inscape can be perceived by the target audience in dependence on the two different ways of information transmission. Although both of these ways are oriented on mosaic thinking... *“Tragedy on the 20th floor of National Library of Ukraine Vernadsky, 5 p.m. Inerting gas leak has been found In the biggest library in Kyiv. The two men dead at the scene. The physical condition of the third man is critical.”* It was a text of the news feed at a news site. The news has grabbed my attention for no other reason than it is a place that is familiar to me, although it is horrid to think how callous we are becoming... That day the television news covered the accident too. There were no comments but the real fate was shown in the report.

The parents of the boy of 23 years old arrived on the scene. The boy's name was Bogdan and he died at the scene. It seemed to me that his parents didn't realize that reality, all the accident consequences... It seemed that Bogdan's mother had clothed her raincoat on her bathrobe in a hurry. After the first question to her from the anchormen she went off into a faint. Maybe it was her defence activity to save herself from an on-air interview. But the reaction of Bogdan's father dressed in a jumpsuit, a pair of houseshoes and... a cap was very active. He was reacting disproportionately by inertia which could be explained only by his naive faith that it would have been changed... He was reacting very actively... Then I thought about him that “He was inadequate”. He was reacting like he would be able to figure this whole mess out and the situation would be all right... It would be a clumsy mistake... He was asking the correspondents, police officers, custodians why it had happened. He was calling to the firm director, was crying about who had taken charge, why his son worked although it was day off and so on. Why did he... die? Why was it his son?

The television news duration was near by 60 sec but after it I felt some catalepsy. Next morning I woke up with a heavy heart but I felt myself happy. These feelings were like it would be a nightmare. But after that a horrible thought emerged that the morning didn't come to Bogdan's family... Of course, there are many controversies surrounding if such media news is humanly. But some seconds of that news could change me very much. I've understood that I have to save myself: not for me but for those who love me. I've given serious thought to my risks and my personal safety.

If we waste a chance to form now the right marketing ideology that is efficient for the all humanity we will run out of not only the marketing tools effectiveness but whole entire generations will be lost. If all applied in markets technologies provoke mosaic thinking en masse, we need to do something very deferent from the rest of the industry.

The brand communications with the target audiences shouldn't shorten operative memory and foster mosaic thinking. We have to change the communication inscape and propose information to consumers that could provoke more global and indepth thinking and uplift consumers' thoughts to an other level of their mindset. We need to “plant” beautiful “flowers” into consumers' minds and “tread” futurological right “footpaths” between them. For that the marketing specialists should review aims of their marketing programs most of which are estimated by the economic benefits only...

References

1. Юдина Н. В. Особенности мозговой деятельности человека как основа футурологических преобразований в маркетинге / Н. В. Юдина // Бренд-менеджмент. - 2014. - Т. 3 (76). - С. 164-175.

2. Petty R. E. The elaboration likelihood model of persuasion / R. E. Petty, D. Rucker, G. Bizer & J.T. Cacioppo // Perspectives on persuasion, social influence and compliance gaining / in J. S. Seiter & G. H. Gass (Eds.). – Boston : Allyn & Bacon, 2004. – P. 65–89.
3. Юдіна Н. В. Динамічна модель рекламного впливу як інструмент ефективної рекламної кампанії [Електронний ресурс] / Н. В. Юдіна // Проблеми системного підходу в економіці : збірник наукових праць : [електронне наукове фахове видання] / НАУ ; Нац. бібл. України ім. В. І. Вернадського. – Електрон. журн. – К. : НАУ, 2007. – Вип. 3. – Режим доступу: <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/EPsAE/article/view/3950/4098>.
4. Юдіна Н.В. Маркетингові аспекти футурологічних наслідків технологізації / Н.В. Юдіна // Економіка. Управління. Інновації [Електронне фахове видання]. - 2013. - №1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_71.
5. Арбитражный суд подтвердил, что ролик фирмы «Атор» спровоцировал погромы на Манежной площади. — <http://www.newsru.com/russia/09jan2003/ator.html>.
6. Могути́н Н. Сын убил отца из-за компьютерной игры «Готика». — <http://lifenews.ru/news/20754>.
7. Юдина Н.В. Футурологическая идеология маркетинговой деятельности // Крымский экономический вестник. – 2014.- №2 (09) апрель.
8. Юдина Н.В. Управление будущим на основе стратегии опережающего развития // Научный результат. Серия «Экономические исследования», 2016, vol. 2, issue 2 (8), pages 29-36 - <http://EconPapers.repec.org/RePEc:scn:032413:16864594>.
9. Юдіна Н.В. Е-learning-маркетинг у постсоціальному суспільстві // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 травня 2014 р. / Г.О. Оборський, С.В. Філіппова, М.А. Окландер; Одеськ. нац.-ний політехнічний ун-т. – Одеса : ТЕС, 2014. – С. 218-220.

Recieved 10.12.2016



УДК 82:005.1+008+001.18 (фентези)

В. Э. Мельничук

victttoria@yahoo.com

БХАВИШИ (БУДУЩЕЕ)

Все люди в сущности одинаковы (несмотря на все свое бесконечное разнообразие), поэтому и все религии одинаковы, а раз они одинаковы, то, значит, имеют один источник. И источником этим является Человек.

Уильям Блейк

Два часа ночи. Дели.

- Доброй ночи, дамы и господа! Наш саммит в Дели объявляется открытым, - сказал молодой брюнет в твидовом пиджаке и продолжил заседание. - На повестке дня решение глобальной проблемы, ради которой, собственно, мы все здесь и собрались. Нам необходимо прекратить войну, она уже давно вышла из-под нашего контроля, в странах царит анархия, скоро люди превратят нашу планету в огромную черную дыру. И мы вместе в неё свалимся вне зависимости от рангов и чинов. Давайте проведем наш саммит в продуктивном режиме и решим все вопросы. У кого какие идеи, милости прошу, высказывайтесь, господа.

- От всех избавиться и начать всё сначала! Иначе война никогда не закончится, - выкрикнул мужчина сорока лет с чёрной густой бородой.

- Шри Абдрахман, соблюдайте спокойствие, пожалуйста! Не всё так просто решается, увь. А как без людей будут функционировать системы, вы не подумали? Роботизированные станции еще не могут обходиться без участия людей. Кто сядет за пульт управления – Вы или кто-то из присутствующих? Молчите? Вот и правильно. Нам нужен реальный план, который можно и нужно будет осуществить. Для начала заслушаем отчет о ситуации в мире в целом. Прошу, шри Бренсон, к микрофону, - сказал ведущий заседания.

Светловолосый молодой мужчина встал с прозрачного кресла и проследовал к трибуне. Что-то в его поступе казалось странным.

- Доброй ночи всем! Катастрофическая нестабильность продолжается изо дня в день. Спокойствие уже месяц не может возобновиться. Представители арабских стран вышли из зоны контроля, стали с еще большей агрессивностью прочесывать Африку в поисках выживших племен и уничтожая их. Европейцы и азиаты никак не могут поделить территорию. Азиатам не хватает места, а у европейцев его чересчур много. Американцы заново отстраивают штаты после бомбардировок, но все еще пребывают в ожидании новых терактов. Они жаждут мести и ищут тайные склады с мощным оружием массового поражения. Хаос. Мировой хаос. Мусульмане не чтят Коран, православные больше не берут из Библии Божьих истин, иудеи забыли о Торе. Люди перестали верить в чудеса, они, как роботы, ищут возможностей для выживания, а их не так уж и много. Чтоб выжить - нужно убить «слабых» и не попасть под руку сильным. Нам нужно перезапустить планету, дать ей новый толчок, дать людям новых героев, чудес. Не дать народам уничтожить друг друга, ведь осталось лишь два миллиарда людей. За 10 лет численность населения снизилась в 3,5 раза. Слишком много людей погибло из-за наших желаний, амбиций и тщеславия. В этом зале собрались поистине самые влиятельные персоны планеты. Давайте оставим все разногласия позади и будем мыслить здраво. На всё про всё у нас есть три дня. Почему именно три дня, спросите вы? По данным наших медиумов через три дня американцы ударят по Евразии. Не

© Мельничук В. Э., 2016



самый умный поступок, но ведь им нужен явный лидер, а лидера у них нет. Нам нужно предотвратить очередную катастрофу как можно эффективнее и желательно, чтоб это касалось всего населения Земли. Ведь не зря наш союз называется Бхавиши - Будущее. Мы должны создать спокойное существование для всех людей. Спасибо за внимание! закончил свою речь шри Бренсон, отодвинул микрофон и сошел с трибуны.

Бренсон шагнул непринужденно и легко к своему креслу, будто был кем-то неземным. Он был невероятно красив. Как ангел среди простых людей. И именно он, этот светловолосый красивый мужчина, хотел мира во всем мире больше, чем все эти люди вместе взятые.

- Итак, господа, - продолжил заседание ведущий. - В этом зале нас 500 человек, все мы представители разных национальностей и вероисповеданий, но в последующие три дня я предлагаю вам стать единым центром, «мозгом планеты Земля», если позволите так выразиться. Я понимаю, что вы все долго добивались до Индии, что вы устали, поэтому предлагаю утвердить план действий на ближайшие три дня, а затем объявить перерыв, чтобы вы могли спокойно расселиться в нашей гостинице. К слову приглашается глава саммита, шри Барберини. У него есть пара идей, как действовать в сложившейся ситуации.

Высокий седовласый мужчина в идеально подобранном под цвет волос костюме подошел к трибуне, поправил микрофон и его голос, как и всегда, заморозил всех сидящих в конференц-зале.

- Высокоуважаемые члены союза Бхавиши! Еще никогда мы не собирались в таком количестве, и я рад, что в такую сложную минуту мы вместе. Действительно, как сказал шри Хоггарт, у меня есть ряд идей. Первой из них будет - найти нового мирового лидера, но, предугадывая события, начнутся споры о том, кто займет пост нового лидера, а у нас нет такого количества времени и, думаю, американцы уже не послушают даже лидера-американца. Потому у меня созрел еще один вариант. Он намного сложнее, но если за три дня мы отработаем всю систему, то нам удастся восстановить мир. Я недавно вспомнил произведение Уильяма Блейка «Все религии одинаковы» и меня осенила грандиозная мысль. Речь пойдет о создании всеобщей религии... - так начал свою речь Марко Барберини, известный философ и крупный бизнесмен.

- Да ты с ума сошел, Барберини! Как ты себе это представляешь?! Совсем свихнулся, старый дурак! - раздались недовольные возгласы из зала. -... Может, я и старый дурак, но это единственный выход из ситуации. Можно ли остановить мировую войну без радикальных мер? Нет, нет, и еще раз нет! Шри Бренсон ведь рассказал, что американцы собираются сделать. Это нельзя оставить просто так. Я предлагаю создать вероисповедание, которому будут следовать все люди, и мы в том числе. Война ведь из-за чего началась пятнадцать лет назад?! Из-за непонимания традиций и правил друг друга. Культуры Востока и Европы значительно отличаются - это и есть одна из причин постоянных конфликтов. Люди пытаются что-то доказать, а доказать не могут, потому что из-за своих вероисповеданий видят один и тот же вопрос с совершенно разных сторон. Нужно сделать так, чтобы все люди имели что-то общее, только тогда они прекратят массовые кровопролития. Ведь не зря религия с латыни означает воссоединение. Безусловно, есть еще один вариант - найти врага для всего человечества, но этим врагом запросто может оказаться наш союз...

- Да уж лучше тогда создать общее вероисповедание, чем народ начнет истреблять нас! - крикнул шри Абдрахман. - Но как ты собираешься создать и осуществить свой план менее чем за три дня?

- Я думал об этом. Хорошо, что мы живем в эпоху новых технологий, а ведь я был юнцом, когда появился первый компьютер. У нас есть мощные ретрансляторы, которые могут передавать информацию на любое расстояние. Их нужно пару десятков, чтобы



охватить весь мир. Послание людям можно передать при помощи инфразвука - закодировать нужное послание и отправить по всей планете. Давайте создадим 2 рабочие группы, первые из которых смогут настроить ретрансляторы на нужную частоту, подготовить всё к передаче посланий, а самое сложное останется для второй группы - собрать идеи мировых религий и добавить нужные современные пункты, которые придутся кстати для спасения человечества от жестокости, - сказал глава саммита с полной серьезностью в голосе.

- Я готов приступить к работе в группе по созданию всеобщей религии, - проговорил Бренсон, сияя небесно-голубыми глазами.

- Если нет возражений, то давайте распределимся по группам, - сказал шри Хоггарт.- Все, кто имеет отношение к философии, истории, религиоведению - идут в одну группу. Желательно, чтоб там были представители каждой религии. В другую же группу собираются технологи, компьютерщики и наладчики систем. Начинайте генерировать идеи уже сейчас. А теперь, если нет возражений, я объявляю перерыв до 10 утра. Всем спокойной ночи.

Медленно союз Бхавиши стал разбредаться по отелю, покидая просторный конференц-зал.

Полночь. Устье реки Нигер. Кения.

Несколько десятков человек из племени Масаи, оставшихся в живых после сокрушительного пожара, уже два часа пытались добраться до леса- он, как им казалось, был единственным спасеньем от врагов. На племя охотилась стая, но не животных, а людей. Они приближались, громко перекликаясь между собой на странном рычащем языке. Масаи рассредоточились по саванне. Время от времени слышались выстрелы - людей становилось всё меньше, а до леса идти было добрых полчаса. Маленькие мальчик и девочка, путаясь в маминой юбке, бежали, содрогаясь от выкриков и звона пролетевших пуль. Масаи чувствовали, что в этой борьбе победят отнюдь не сильные духом люди.

Девять утра. Дели.

Члены союза оживленно шагали по этажам гостиницы, разглядывая узоры на стенах. В ресторане они разбрелись по группкам, усевшись за столики. Среди влиятельных людей были не только бизнесмены, но и члены оставшихся мафиозных кланов, которым явно не нравилась идея о внедрении общего вероисповедания. Им проще было убить и начать править мертвецами, чем менять годами выведенные системы продажи незаконных товаров, но они молчали, и это молчание заставляло нервничать. За одним из столиков сидели Марко Барберини, Стивен Хоггарт и Уильям Бренсон. С нескрываемым беспокойством они смотрели на людей за соседними столиками. Бренсон качал головой и о чем-то думал. Он был где-то далеко - видимо там, где не было разрухи и разочарований.

- Шри Барберини, я думал, как воплотить в жизнь ваш план. Судя по состоянию населения, люди близки к отчаянию... не знаю, как нам удастся заставить их вновь поверить. Должен быть очень мощный посыл энергии, а также места, где они будут получать этот посыл при необходимости. Нужно создать что-то вроде оазисов среди пустынь, какими ранее были храмы, но с тем отличием, что больше не будет проповедников, будут лишь источники наполнения правильной духовной энергией, - выпалил с азартом Бренсон, стряхнув невидимую пыль с плеча.

- Отлично, Бренсон. Нужно продумать, как создать такие места. Я давно хотел спросить тебя - кем же ты был в «прошлой» жизни? Мы знаем только то, кем ты стал за последние 10 лет, совершая свои кругосветные поездки, помогая людям и пытаясь разрешить гражданские конфликты мирным способом. Ты стал идиолом для многих



народов и авторитетом для разведочных служб. Кто ты, Уильям? - с искренним любопытством спросил глава саммита.

- Я был юношей, который хотел служить людям. У меня был и есть дар убеждения. Учился я в духовной семинарии, затем стал священником в маленькой церквушке, но уже в то время мои речи никому не были нужны. Тогда я и решил пойти другим путём - не сидеть в церкви и ждать прихожан, а поехать и найти людей, которые еще не утратили веру. Их осталось очень мало, это пугало с каждым днём все больше и больше. Поэтому я согласен с вами, что нужно создать что-то единое для всех и заставить в это поверить. Другого выхода нет, как мне кажется, - скромно ответил Бренсон.

- Уильям, я иногда подумывал о том, что ты похож на ангелов-хранителей, какими их рисовали известные иконописцы прошлого. Это поразительно. Священник выступает за то, чтобы... - начал было Стивен Хоггарт.

- Стив, я выступаю за то, чтобы не было войны и чтоб больше не страдали люди, - закончил за него Бренсон.

- Что ж, ребята, давайте собирать группы и приступать к работе. Стивен, ты будешь ответственным за настройку ретрансляции, а мы с Уильямом приступим к созданию послания народам! - уверенно сказал Марко Барберини с улыбкой на лице.

Отдел по разработке религии.

Конференц-зал на 20-ом этаже выполнен в стиле хай-тек. Белые стены вперемешку с железными вставками на столах, стульях и опускающихся из потолка лампах. Рядом комнаты участников саммита и второй зал, где расположились компьютерщики и наладчики ретрансляторов. Тишина.

- Итак, господа, нам за день нужно разработать исчерпывающую концепцию послания для людей. Утром подал инновационную идею шри Бренсон по поводу создания мест для восстановления энергии. Но первоначально нам нужно продумать каноны, правила, символы и название религии. Я предлагаю собрать для начала общие тезисы, которые были правильными во всех вероисповеданиях, а потом додумать и добавить новых правил, касающихся сложившихся за последние десятилетия разногласий, - начал работу группы такими словами шри Барберини.

- Я вспомнил о символе, который ранее присутствовал в большинстве религий – циркумпункт, другое название которого «всевидящее око». «Третий глаз» символизирует духовное видение, которое в индуизме соотносят с могуществом огня, в буддизме – с внутренним зрением, в исламе – с ясновидением. Также циркумпункт символизирует Солнце. Это общий символ, который все знают и во всех народах он имеет лишь положительное защитное значение. Потому предлагаю, чтоб и название общего вероисповедания, было связано со словом Солнце или Дух, - сказал суровый темнокожий мужчина в темно-синем костюме.

- Спасибо, шри Адаси. Действительно хорошая идея. Циркумпункт как символ вполне подходит. Тогда идею шри Бренсона можно воплотить так: начертить лазерными установками по всему миру круги, куда будут постоянно передавать послание ретрансляторы, и где энергия будет заряжать людей. Эти места легко заменят храмы, - продолжил размышления глава саммита.

- А куда денутся костелы, церкви, мечети, синагоги? – спросила темноволосая женщина с черными глазами.

- Хороший вопрос, сушри Машаль. Рад Вас видеть в нашем кругу. Так как люди больше не верят в Бога, перестали молиться, не почитают иконы, то можно превратить храмы в музеи, в памятники архитектуры, такие как Собор Святой Софии в Стамбуле, - ответил шри Барберини.



- Вполне логично. Еще ведь нужно не забыть о тех моментах, которые подрывали спокойствие последние десятилетия. Например, о гендерном неравенстве, - заметила Алия Машаль.

- И еще про однополюе отношения. Об этом всё время твердит одна часть человечества и отрицает другая, - дополнил рыжий мужчина с густыми веснушками на щеках.

- Конечно, об этом нельзя забывать. Многие из мировых лидеров, даже те, которые присутствуют на саммите, постоянно отрицали возможность однополюх отношений, а также не учитывали роль женщин в современном мире. У древних греков однополая любовь не была чем-то странным, на чём надо было акцентировать внимание. Так почему же мы осуждаем людей, которые отличаются в этом плане от нас? Так можно осуждать левшей, у которых больше развито правое полушарие мозга и которые пишут не правой рукой. Пережитки прошлого, товарищи, также как и гендерное неравенство. Почему женщин ущемляют в правах, когда во многих античных культурах, да и не только, был матриархат - мужчины внимали советам женщин, а отнюдь не женщины слепо поклонялись мужчинам. Пора установить равноправие для людей. Есть еще весьма запутанные правила в разных религиях, касающиеся священных или грязных животных. Либо нам нужно заставить человечество приобщиться к вегетарианству, либо же разрешить есть мясо. В наше время свиньи содержатся в нормальных условиях, но вот с коровами не знаю как быть, ведь они являются символом женского начала в индуизме. А сейчас мы находимся в Индии, где до сих пор люди почитают это животное...- рассуждал шри Барберини.

- Давайте сначала подумаем, как заменить в религии понятие наказания за преступления. Ведь практически всё человечество не верит в перерождение души, в Рай и Ад. Что будем делать? Долгосрочная религия не может существовать без этого. Как людей заставить верить в то, что если они будут совершать зло на Земле, им потом это воздастся? - заявила сушри Машаль.

- Воздастся им не потом, а уже сразу после нарушения какого-либо правила. Только вот надо придумать каким образом. Нам понадобится наша космическая система слежки и операторы станции, которые будут контролировать население планеты. Скажите, Бренсон, ведь вы бывали в капсуле управления, видно ли людей на Земле, что они делают, есть ли какие-то датчики обнаружения угроз?- серьезно спросил Марко Барберини.

- В капсуле управления видна вся наша планета, а также показываются точки повышенной активности человечества, при увеличении изображения можно увидеть даже детали, к примеру, во что одет человек и даже охарактеризовать его внешность. А будет ли правильно, сэр, если мы будем наблюдать за всеми людьми и вершить правосудие над ними?- ответил Бренсон в легком недоумении.

- Замечательно. Спасибо, Уильям. Итак, если мы располагаем современными технологиями, то почему бы ими не пользоваться?! Замечание шри Бренсона справедливо. Мы не будем наблюдать за всеми людьми ежесекундно, хотя сначала наверняка потребуются данная возможность. Мне пришла в голову мысль. Мы обыграем наше «Всевидящее око» и докажем, что видим и можем эффективно реагировать. «Бог всё видит» - как будто говорит этот символ. Наказание будет касаться только тяжких преступлений. Человеку, который совершил убийство, посылается инфразвук, который может сделать с его разумом всё, что угодно. Например, мы можем сделать его бесполезным для общества - ослепить его, сделать немым. Это вынужденная мера. И предугадывая возражения, хочу добавить, что нужно показать человечеству пример, какая кара наступает для грешников. Сто раз накажем - и люди начнут верить, что действительно не стоит делать чего-то неправомерного. Далее на базе филиалов



нашего тайного общества можно создать отделы быстрого реагирования, похожие на полицейские участки, которые будут задерживать и даже предотвращать преступления. Как можно будет предотвратить преступление, спросите вы? Раньше все носили звезды Давида, кресты, маленькие кулоны на шее. Можно будет создать кулоны с всевидящим оком, в которые будут встроены датчики, которые реагируют на повышенную агрессивность. Если раньше мы могли только мечтать о таких изобретениях, то сейчас всё это - реальность. Так почему бы ими не воспользоваться? - с уверенностью говорил глава саммита.

- Это неслыханно, но, видимо, уже невозможно сделать что-либо по-другому, - сказал шри Абдрахман. - Мы оставим двоеженство?

- Думаю, нет, Абдулла. Если делать для всех послание, то оно должно быть единое. Тем более, что сейчас у большинства людей были любовники и любовницы, если их не устраивала их личная жизнь. Это не прелюбодеяние? Все мы, грешники, падки на красивых женщин, - сказал шри Барберини, улыбнувшись.

- Согласен. Что на счет вегетарианства? Думаю, без мяса людям будет хуже... - начал было Абдулла Абдрахман.

В коридоре послышались выстрелы. Члены союза испуганно смотрели кто на Марко Барберини, кто на дверь.

- Всем оставаться на местах и не выходить, пока я не разрешу! Адаси, остаешься за главного! Бренсон, Абдрахман за мной! - скомандовал глава саммита.

Тишина. Барберини решил проверить зал, где сидели наладчики ретрансляторов. Открыв дверь, он увидел, что люди в панике. Члены союза подбежали к шри Барберини и начали рассказывать о неизвестных в масках, которые стреляли и пытались ворваться к ним в зал. Благо здесь две двери, одна из которых была закрытой. Видимо, поняв, что у них ничего не выйдет, незнакомцы поспешно скрылись.

- Уильям, Абдулла, посмотрите на этаже, спуститесь вниз, может, они еще в гостинице! - сказал Марко Барберини, прежде чем Бренсон и Абдрахман выбежали из зала. - Хоггарт, держи оружие наготове, если что - стреляй, мы сразу придем на помощь. Вызови начальника безопасности гостиницы, спроси о видео с камер слежения, может, что-то удастся выяснить. И заодно следи за остальными участниками. Кстати, как ваши успехи в работе?

- Уже почти закончили, сэр. Осталось настроить инфразвук на правильную волну и подобрать мощность, - ответил шри Хоггарт.

- Нам вскоре понадобится инфразвук и большей мощности... - глава саммита, но не успел договорить. Опять послышались выстрелы.

Марко Барберини вылетел из зала, увидел Бренсона бегущего куда-то влево и побежал за ним, держа в руке пистолет. Его верный Вальтер спасал его много раз за последние пять лет.

Повернув за угол, шри Барберини увидел вдалеке две фигуры в масках. Он выстрелил, но не попал. Незнакомцы отстреливались, прикрывая друг друга, отгоняя преследователей и пытаясь в темноте найти выход. А выход был лишь один - крыша. Пробежав до пожарной лестницы и кое-как взобравшись на крышу, они повернули направо, где вплотную к гостинице располагался жилой комплекс. Бренсон пытался прицелиться, но они слишком быстро перемещались и он просто палил в воздух наобум. Запрыгнув на крышу соседнего дома и все еще стреляя, незнакомцы скрылись из виду.

- Кажется, я знаю, что это были за люди, шри Барберини. Кому-то очень невыгодна новая вера, и перезапуск мира, ведь легче всех убить и начать заново, не так ли? Это были американцы, сэр. И кто-то присутствующий здесь «слил» информацию. Теперь они не заставят себя ждать. Нам нужно торопиться, - сказал Уильям Бренсон.



В каждом союзе всегда есть друзья и враги, видимые или невидимые, но они существуют и могут заявить о себе в любой момент.

На улице темно, и, судя по всему, через пару часов нужно будет запустить послание.

Пять вечера. Кения.

До леса добралось лишь пятеро человек - два сына главаря племени и женщина с двумя детьми. Масаи чувствовали, что их найдут, но считали, что лучше быть съеденными крокодилами, чем сдаться этим нелюдям, которые сначала сожгли их многочисленное селение, а затем пустились в погоню за выжившими.

Дети беспокойно спали. Один из мужчин отправился на поиски воды. Оставшиеся мужчина и женщина вслушивались в каждый шорох, боясь вновь услышать эти рычащие звуки.

Охота продолжалась. Масаи верили лишь в чудо.

Восемь вечера. Дели.

Вернувшись в конференц-зал, предварительно проверив положение дел у наладчиков, шри Барберини почувствовал себя смертельно уставшим. Он прекрасно знал, что среди членов союза у него больше врагов, чем в обычной жизни, а он еще и усугубил ситуацию тем, что предложил совершенно невероятное разрешение проблемы, прекрасно понимая, что просто так не отделается. Он искренне желал, чтоб наступило спокойствие в мире, но лишь немногие разделяли его убеждения - Бренсон, Хоггарт, может, еще пару человек, которым можно было доверять. У него есть шанс изменить будущее человечества, и он его обязательно использует.

- Итак, господа, давайте отбросим все страхи и продолжим нашу работу. У нас осталось не так много времени. Желательно закончить все как можно скорее. Шри Абдрахман, я думаю, что пусть люди сами решают - есть им мясо или нет, - сказал глава саммита.

- А не повредит ли человечеству инфразвук? И как он подменит старые понятия? - спросил седовласый мужчина в черном костюме.

- Не повредит, если будет выбрана правильная частота и мощность подачи инфразвука. А вот на счет старых понятий дело обстоит сложнее. Инфразвук не подменит понятия, он просто наложит новую информацию поверх старой, тем самым как бы замещая предыдущую. Кстати, мы еще не выбрали название для вероисповедания и главные догматы. Предлагайте варианты! - поспешно проговорил шри Барберини.

- Атмеизм (с латыни - душа), Ченьши (с китайского - всевидящий), Сана (с маратхи - солнце), - начала перечислять Алия Машаль.

- Мне нравится слово «Сана». Давайте проголосуем. Все за? Прекрасно. На маратхи сейчас разговаривают все больше и больше людей, многие слова схожи с латынью. Пусть осветит нас солнце в эти темные дни! Мы забыли о жестах. Если у нас есть Солнце и Всевидящее око в нашей общей религии, то логично создать жест, который будет символизировать поклонение солнцу. Например, сложенные вместе указательный и средний пальцы, стремящиеся вверх, к небу. А теперь входим в режим брейн-шторминга. Бренсон, включи диктофон, подводим итоги, - нетерпеливо проговорил шри Барберини.

Религия «Сана».

Символ - «Всевидящее око».

Жест - сложенные вместе указательный и средний пальцы, поднятые к небу.

12 заветов Саны:

Завет первый. Высшая сила едина с человеком.

Завет второй. Сохраняй спокойствие души.



- Завет третий. Не держи зла и не побуждай ко злу, иначе будешь наказан.
Завет четвертый. Не убей, не давай агрессии взять верх.
Завет пятый. Не клянись напрасно и не нарушай клятв.
Завет шестой. Не превозноси себя и не унижай других
Завет седьмой. Почитай одинаково и мужчин и женщин, и старых и молодых.
Завет восьмой. Не возбраняй и не преследуй однополую любовь.
Завет девятый. Не укради.
Завет десятый. Не скупись к нуждающимся.
Завет одиннадцатый. Стремись к усовершенствованию.
Завет двенадцатый. Не забывай о местах восстановления энергии.
- Пожалуй, хватит. Как вам?- устало спросил Марко Барберини.
- Очень ёмко. Кратко. Нет ничего лишнего, - говорили со всех концов конференц-

зала.

- Отлично. Через 20 минут собираемся в большом конференц-зале. Никуда не расходимся, организованно идем туда. Отдыхать будем после. Настал час действовать! – приказным тоном скомандовал шри Барберини.

Час ночи. Леса Кении.

“Звери” нашли их. Незадолго до того, как масаи услышали выкрики нелюдей, мужчины перенесли спящих детей в укромную нору. Женщина не отходила от малышей ни на минуту, молясь и веря в чудо.

Чуда не произошло. Братья охраняли нору, стоя неподалеку от неё, когда послышались рычащие звуки. Бежать было некуда, нелюдей было слишком много. Выстрелы. Тишина. Шаги. Они приближались.

Прижавшись к своим детям, женщина ждала смерти.

Три часа ночи. Индия. Большой конференц-зал.

Компьютерщики уже наладили связь с ретрансляторами. Круги начерчены по всей планете. Осталось только вставить сообщение, записанное на диктофон.

- Готовность номер один. Через пять минут запускаем наше послание, адресованное человечеству. Пусть помогают нам Высшие силы! - сказал шри Барберини.

- Вы же говорили, что у нас есть еще целый день, не так ли? - спросил мужчина в полностью черном одеянии.

- Говорил, но события заставляют нас торопиться. Разве Вы не слышали о попытке нападения на группу наладчиков? Я что-то не припоминаю Вашего имени, простите, – озабоченно и с опаской смотрел на человека глава саммита.

- Меня зовут Майкл Смит и я думаю, что Вам не стоит этого делать, - спокойным тоном сказал мужчина, доставая пистолет и целясь в голову Марко Барберини.

Поднялась паника. Мафиозный клан не растерялся и решил действовать по ситуации, достав оружие и направив в сторону главы саммита. Теперь шри Барберини был под прицелом более двадцати человек.

- Понимаете ли Вы, мистер Барберини, что делаете? Люди, которые могли подорвать два континента, не оставив ни одного целого здания, потому что видели угрозу с нашей стороны, уже не смогут измениться, перепрограммироваться или как Вы это называете? Ах, стать умиротворенными милыми человечками, которые объединятся и перестанут ссориться. Вы решили, что, как и раньше, сможете из тени управлять миром? Времена Вашей «тайной власти» прошли, поймите же это наконец, – говорил американец.

- Чего Вы хотите, Смит? - вкрадчиво спросил глава саммита.

- Я хочу, чтобы все вы оставили в покое планету. Мы сами как-нибудь и без вас разберемся. Я даю вам день на то, чтобы убраться из этой мерзкой Индии и



перебраться в Америку. После - Вы услышите, если конечно будете еще живы, звуки взрывов где-то вдалеке. Кровь за кровь. Зуб за зуб. Евразия за Америку, – с издёвкой продолжал Майкл Смит.

- Не смей называть Индию мерзкой, жалкий психопат, - сказал Бренсон с горечью в голосе за спиной у американца, приставив к его виску пистолет. - Положи оружие. Ты еще хуже тех людей, которые бомбили Америку. Ты дышишь злобой и жадой возмездия, не видя ничего светлого рядом с собой. Положи оружие!

Деваться Смиуту было некуда, и он откинул пистолет на мраморный пол. Мафиози сразу приутихли, увидев, что они тоже под прицелом других членов Бхавиши.

- Хоггарт, у тебя всё готово? Запускай! - сказал Бренсон, не отводя глаз и пистолета с американца.

- Приготовились. До запуска послания осталось 5 секунд! - прокричал Стивен Хоггарт и немного погодя, перекрестившись, добавил: С Богом!

Инфразвук ушел, но зрительно ничего не изменилось.

- Попробуй еще раз, Стив. Только сделай больше мощность и повысь частоту до максимального уровня восприимчивости людьми, - придя в себя проговорил Марко Барберини.

- Хорошо, сэр. Попытка номер два. Приготовились. Пять, четыре, три, два, один... - не успел закончить Хоггарт.

Бум. На экранах была видна мощная волна, захлестывающая планету. Молчание. Тишина...

Первой мыслью Марко Барберини была мысль о том, что он должен что-то сказать.

- Да прибудет с нами Сана! - сказал он, сложив два пальца вместе и указав куда-то вверх.

Все присутствующие, включая американца и Уильяма Бренсона, повторили его действия. Союз Бхавиши начал почитать новую силу, которую пока еще до конца не осознал...

Час ночи. Леса Кении.

Нелюди замолчали. Через пару секунд послышался звук удаляющихся шагов. Женщина ощутила, что что-то изменилось. Обняв детей, она заплакала от счастья. Последние люди из племени Масаи вновь поверили в чудеса...

Одержано 10.12.2016

УДК 305:378+316.6

О. Б. Кізь

ГЕНДЕРНА КОМПОНЕНТА В НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОМУ ПРОЦЕСІ ВУЗУ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Сучасна студентська молодь є потужною силою, яка сприяє процесам ліквідації всіх форм дискримінації, забезпечення рівноправності жінок і чоловіків у соціальному, економічному, політичному і культурному житті суспільства, що є важливою умовою і гарантією утвердження демократії в Україні. Тому становлення ґендерної ідентичності, професійної самосвідомості, морально-духовної зрілості юнацтва, формування ґендерної культури і ґендерних компетентностей, рефлексивне і проектує ставлення до самоосвіти – це основні орієнтири нової стратегії підготовки студентів у вузі в контексті впровадження ґендерної компоненти в національну освітню систему.

Гендерна компетентність є органічною складовою усіх сфер буття людини, які залишаються особистісно важливими для людини в різні вікові періоди її життя – як під час вибору напрямку освіти, створення родини, побудови професійної та громадсько-політичної кар'єри, так і в зрілому віці. Ґендерні знання дають змогу студентству керуватись ідеєю рівних прав і можливостей в освоєнні різних сфер життєдіяльності (побудові стосунків, навчанні, спорті, громадській активності), пізнавати, будувати і випробовувати своє «Я» в найрізноманітніших ситуаціях, сповідувати і втілювати в життя принципи партнерства, рівноправ'я статей від студентської лави до власної родини та суспільства загалом.

Вимогою часу є цілеспрямоване впровадження гендерних підходів у систему освіти, зокрема, запровадження принципів гендерної рівності в освіті та посилення інституційної спроможності механізму забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у сфері вищої освіти. Для виконання цих завдань у рамках Державної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2016 року уже реалізовано ряд заходів, як-от: внесено зміни до навчальних планів педагогічних вищих навчальних закладів з урахуванням гендерної складової в освіті; розроблено та затверджено план проведення гендерної експертизи підручників та навчальних планів; включено в план підвищення кваліфікації педагогічних працівників програми та/чи компоненти з питань гендерної рівності; проведено навчання для педагогічних працівників, зокрема спеціалістів кафедр освітніх студій, гендерних освітніх центрів та науковців ВНЗ; забезпечено видання наукової літератури, навчальних посібників, методичних матеріалів з питань гендерної рівності для педагогічних працівників та студентів ВНЗ тощо.

Проте, окремою є освітньо-просвітницька місія і самих вузів. Вбачаємо цінним напрацьований досвід Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, зокрема діяльність Школи гендерної рівності (ШГР), яка створена у 2002 році при Центрі ґендерних студій для інтерактивного комплексного навчання волонтерів з числа студентів та магістрів. Із 2009 року та по теперішній час ШГР є складовою Науково-дослідного центру з проблем ґендерної освіти та виховання учнівської і студентської молоді АПН України та ТНПУ ім. В.Гнатюка. Школа ґендерної рівності надає методичну допомогу з питань ґендерного виховання дітей різних вікових груп та студентської молоді, організовує та проводить навчальні

© Кізь О. Б., 2016



тренінги, семінари для волонтерів, готує їх до роботи щодо пропагування егалітарних ґендерних орієнтирів серед однолітків, проводить круглі столи та брифінги з питань волонтерської діяльності.

Діяльність ШГР націлена на активізацію позиції суб'єктності – самовизначення як студента, так і викладача. Суб'єкт конструює нові знання ґендерної культури шляхом добору особистісно-значущої інформації, завдяки чому здійснює особистісний вибір, визначається та утверджується у своїй правоті.

Розроблена комплексна тренінгова програма **«Формування ґендерної культури молоді»** [1; 2] доповнюється новими блоками тренінгових занять. Змістове наповнення сконструйованої комплексної програми, за якою працює ШГР, інтерпретується нами як наслідок динамічної взаємодії і органічного зв'язку всіх її частин. Програма ставить за мету сприяти формуванню у юнацтва неупередженого ставлення до можливостей та статусу людини незалежно від її статевої належності, орієнтувати молодь на партнерство статей в приватній та публічній сферах життєдіяльності.

На сьогоднішній день розроблені та пройшли апробацію 8 тренінгових блоків:

“Я – юнак, я – дівчина, я – особистість” для розширення сфери самосвідомості через актуалізацію самоспостереження, самопізнання, самоаналізу та саморозуміння, розвиток навичок саморегуляції, самоконтролю для набуття адекватної ґендерної ідентичності.

Ми виходили з того, що в умовах сьогодення для рівноправного людського розвитку визріла гостра необхідність уникнення будь-яких проявів упередженості та дискримінації на підставі належності до певної статі. Спрямування особистісного розвитку юнаків та дівчат повинно йти шляхом збереження рівності в їхніх правах та можливостях. Доцільно заохочувати засвоювати все краще від обох статей. Незалежність, упевненість, турбота, чуйність, доброта та тактовність – цінні та корисні риси як для дівчат, так і для юнаків. Вправи даного блоку сприяють усвідомленню учасниками своєї самоцінності як особистості незалежно від статевої належності, усвідомленню своїх можливостей, здібностей, які роблять кожного з них унікальною і неповторною особистістю.

“Основи ґендерної культури” для ознайомлення із соціально-психологічними механізмами становлення особистості жінки і чоловіка як різних біологічних, але рівних в соціальному плані індивідів; знаходження спільного та відмінного у чоловічій та жіночій психології, усвідомлення та переборення ґендерних стереотипів.

У розробці тренінгових занять зазначеного тренінгового блоку засадничим виступило розуміння ґендерної культури як такої системи форм і способів організації суспільного життя, яка через певні норми і систему ґендерної організації формує ґендерні якості індивіда, розкриває в певному напрямку його здібності, нав'язує специфічні для чоловіків та жінок види діяльності та соціальні функції. Ґендерна культура детермінує соціальні очікування щодо поведінки чоловіка та жінки, стилю їхнього одягу, оволодіння професійними знаннями, регулює родинні та міжстатеві взаємини.

Зміст ґендерних образів сучасного чоловіка та сучасної жінки є важливою умовою для адекватного становлення ґендерної ідентичності юнацтва, що забезпечує успішну адаптацію до виконання майбутніх соціальних ролей. Такі вправи даного блоку, як “Валізи для жінки та чоловіка”, “Добре бути жінкою/чоловіком”, “Я і мої ґендерні ролі: вчора, сьогодні, завтра”, “Ікніж – Іківолоч” розвивають навички



виокремлення та аналізу тих позитивних якостей, які є необхідними для самодостатньої особистості, незалежно від того чи це є чоловік, чи жінка; сприяють усвідомленню власної ґендерної позиції у професійному та особистісному становленні; створюють умови для глибокого аналізу еталонів чоловічості та жіночності.

Окремі інтерактиви допомагають виробленню навичок оцінювання різних характеристик жінок та чоловіків щодо їх біологічної чи соціально-культурної зумовленості та розуміння залежності характеру соціальних ролей від етнокультурних особливостей соціального оточення.

«ґендерні стереотипи: від усвідомлення до подолання» для усвідомлення природи ґендерних стереотипів та їх впливу на світосприйняття, виокремлення їх видів та розуміння глибини укорінення в різних сферах життєдіяльності людини.

Аналізу ґендерних стереотипів та способів їх подолання присвячені інтерактиви «Правда та міфи в оцінці чоловіків та жінок», «Боротьба зі стереотипами», «Ця дитина – хлопчик чи дівчинка?», «Від світу жінок та світу чоловіків до світу андрогінів», «Позич у жінки чи чоловіка», «Займи позицію», «Проективна техніка «Планета»», «Два світи в одному», «ґендерна експертиза в дії», «ґендерному паритету – бути!». Вони збагачують учасників знаннями про доцільність переборювання стереотипів для ширшого розкриття особистісного потенціалу, сприяють подоланню стереотипів щодо «чоловічих» та «жіночих» інтересів, цінностей, уподобань; спонукають учасників до дослідницької активності при розробці оригінальної ґендерної концепції взаємин статей у суспільстві.

«ґендер та професійна кар'єра» для усвідомлення ґендерних стереотипів у професійній сфері, формування уявлень про ґендерно зумовлені особливості професійного та кар'єрного розвитку особистості, встановлення зв'язку між жіночими та чоловічими ролями та ринком праці, актуалізації неупередженого ставлення до розвитку професійної кар'єри жінки та розуміння непродуктивності дотримання принципу статевої сегрегації професій.

«Асертивність як оптимальна стратегія ґендерної поведінки» для вироблення навичок бути впевненою та незалежною особистістю, робити свідомий вибір, відстоювати свої права, не порушуючи прав інших. За цього ми керувались переконаннями, що асертивний підхід до життя є оптимальним для чоловіків та жінок у контексті взаємовідносин з оточуючими. Асертивність є водночас і внутрішньою впевненістю у собі, і особливою тактикою прийнятної поведінки в рамках міжособистісного спілкування.

Асертивна людина – це людина, яка може чітко і спокійно висловити свої думки, не змінюючи позиції, якщо хтось з ними не погоджується; це «доросла» людина, яка може адекватно поводитись з іншими, не використовуючи дитячо-залежної чи агресивної поведінки. Бути асертивним не означає досягати свого в будь-який спосіб.

При наявності близьких відносин важливо, щоб були задоволені обидві сторони. А цього можна досягнути лише в тому випадку, коли особистість, незалежно від статевої належності, навчиться рахуватися з потребами інших, обираючи компроміс спільною перемогою. Набуття асертивної поведінки передбачає ріст самосвідомості: вміння знати, любити і розуміти своє істинне «Я», навчитися робити свідомий вибір.



“Основи сімейного щастя: ґендерний підхід” для розуміння сутності егалітарних взаємин у побудові майбутнього шлюбу та сім’ї, що створює великі можливості для особистісного та родинного щастя.

Сім’я є середовищем ґендерної ідентифікації, становлення ґендерної свідомості, формування ґендерних відносин та ґендерного світогляду особистості. Ґендерні відносини в сім’ї – це базові рольові відносини, визнані в громадянському суспільстві і державі, поведінка, цінності і соціальні норми, які визначають структуру сімейного життя, його організацію і в цілому культуру сімейних відносин. Більше того, сім’я є тим первинним середовищем, де формується сімейна паритетна демократія – складова соціальної демократії суспільства.

Сімейний колектив засновується на рівноправності своїх членів. У сучасних міцних, люблячих, добрих сім’ях главою стають залежно від розподілу сфери прийняття рішення. На плечі сучасної сім’ї при обопільній відповідальності дружини та чоловіка лягає тягар відповідальності за благополуччя, мир і лад у домі. Батьківська сім’я має бути взірцем рівності статей, взірцем виконання взаємозамінних ролей, оскільки саме поведінка батьків є найпершою моделлю, з якою ідентифікуються хлопчики та дівчатка. Тому вправи “Скульптура сім’ї”, “Заблоковані функції”, “З якої казки”, “Світ мам і татусів”, “Один день життя сім’ї”, “Щаслива сім’я: алгоритм побудови”, “Я – майбутній батько, я – майбутня мати”, “Сім’я партнерська і домінаторна” ставлять за мету запобігти порушенню ґендерного паритету у вихованні майбутніх власних дітей, розширити сферу самореалізації сьогоdnішніх юнаків у виконанні майбутньої батьківської ролі, довести вагомість ролей як дружини, так і чоловіка у вихованні дитини та функціонуванні сім’ї.

«Лідерство крізь призму ґендеру» для розгляду проблеми лідерства крізь призму ґендерного підходу та аналізу реальних можливостей жінок та чоловіків проявити себе лідерами в різних сферах життєдіяльності. У ході тренінгових занять розглядаються умови актуалізації та розвитку особистості жінки-лідера, впливу жінки на діяльність колективу, мотиви її поведінки, її ставлення до себе та до інших, проблеми і труднощі, що виникають на її шляху до лідерства.

Заняття блоку сприяють руйнуванню стереотипу щодо більшої здібності чоловіків та меншої здібності жінок до успішного керівництва і лідерства; допомагають усвідомленню перешкод на шляху жінок до політичного лідерства; утверджують переконаність в тому, що лідери-жінки не поступаються чоловікам ні за лідерським стилем, ні за ефективністю діяльності. Важливо, щоб у свідомості молоді сформувався образ сучасного політика, лідера нового типу, якому притаманні гуманоцентричні орієнтири, який орієнтований не на силові методи політичного впливу, а на ініціювання та втілення гуманістичних методів політичного регулювання, дипломатичність та мирне компромісне розв’язання внутрідержавних і міжнародних проблем.

«ґендерному паритету – бути!» для пошуку внутрішніх і зовнішніх ресурсів, які є важливими для утвердження ґендерної рівності, актуалізації власного життєвого досвіду, формування власного масштабного підходу до вирішення проблеми ґендерної рівності, розвитку дослідницької активності при розробці оригінальної ґендерної концепції взаємин статей у суспільстві.

Усі блоки тренінгової програми пройшли апробацію у групах студентів ТНПУ імені Володимира Гнатюка та інших вузів міста, сирітської молоді Тернопільщини, практичних психологів, соціальних працівників, керівників освітнього процесу обласного рівня, у групах обласних молодіжних громадських організацій.

Застосування інноваційних просвітницьких технологій у ході тренінгів зі студентами (робота у фокус-групах, евристична бесіда, мозковий штурм, наратив, дискусія, дебати, сюжетно-рольова гра, інтелектуальний аукціон, ярмарка ідей, тощо) дає можливість орієнтувати молодь на партнерство статей в приватній та публічній сферах життєдіяльності, показувати зв'язок між ґендерними характеристиками і психологічним функціонуванням людини в сім'ї та суспільстві, формувати у студентів ґендерну чутливість і толерантне мислення і сприяти виробленню у них нових, власних цінностей для успішного ґендерного самовизначення у різних сферах життєдіяльності.

Втілені у діяльність Школи ґендерної рівності ідеї є підтвердженням можливостей їх реалізації в умовах нашого суспільства, готовності внесення кардинальних змін у навчально-виховний процес вищих навчальних закладів при активній участі самого студентства.

Список джерел (References)

1. Кікінежді О. М. Формування ґендерної культури молоді: науково-методичні матеріали до тренінгової програми : навчальний посібник / О. М. Кікінежді, О. Б. Кізь. - Вид. 2-ге, перероблене і доповнене. – Тернопіль: ТНПУ ім.В.Гнатюка, 2009. – 180 с.
2. Кізь О. Б. Як навчати школярів долати ґендерні стереотипи: конспекти занять : навчально-методичний посібник [для загальноосвітніх навчальних закладів] / колектив авторів Т. Говорун, О. Кікінежді та ін.; за заг. ред. проф. Т. Говорун. – К. :ТОВ «Дорадо-Друк», 2011.–С.154-157; С.437-451; С.657-789.

Одержано 22.12.2016.

УДК 78.06

Н. В. Пиж`янова

ОКРЕМІ АСПЕКТИ МУЗИЧНОЇ ОСВІТИ У ЧЕРКАСЬКОМУ РЕГІОНІ (СЕРЕДИНА ХІХ СТОЛІТТЯ)

Музична освіта в Черкаському регіоні у досліджуваний період розповсюджувалось через навчальні заклади духовного спрямування (церковнопарафіяльні школи, училища), при яких утворювались ансамблі та хорові колективи, що мали безпосередню виконавську практику, як під час навчання, так і по його закінченні. При кожному храмі були засновані церковнопарафіяльні школи. У досліджуваний період, за нашими підрахунками, храми функціонували у 394 населених пунктах розташованих на території Черкаського регіону, з них – 148 [1] в Уманському повіті.

Вищезазначені навчальні заклади поширювали не тільки емпіричну передачу музичних знань (спів на слух), а й вивчали нотну грамоту, окремі хори, засновані при навчальних закладах, здійснювали гастрольну діяльність в межах повіту чи губернії, тобто окрім обслуговуючої богослужбовий процес виконували також естетичну функцію. Вищезазначене дозволяє визначити професіоналізм особливого типу, тобто ту його проміжну ланку, де ще не досягнуто найвищого рівня, але розпочато шлях до поглиблення музичних знань, поліпшення практичних навиків у галузі виконавського мистецтва.

Музична освіта в Черкаському регіоні у досліджуваний період мала окремі ознаки професійної. До основних критеріїв професійної співацької підготовки доцільно віднести [2]:

- а) наявність спеціальної музичної освіти з розгалуженою системою знань;
- б) існування нотографічної фіксації музичного тексту;
- в) систематичність та послідовність в передачі знань, умінь та навичок шляхом утворення навчальних закладів, хорових колективів з можливістю втілення у практичний навчальний процес;
- г) наявність постійної виконавської (концертної) практики;
- д) тяжіння до художньої компетенції [2].

Здійснювали навчання співу вчені - представники духовенства, що мали практичний досвід співу у найкращих хорових колективах та намагались продовжувати традиції, засвоєні ними під час навчання та виконавської діяльності у керованих ними співочих колективах.

Керівництво київських духовних навчальних закладів направляло у повіті і села губернії (нині Черкаський регіон) кращих випускників, які мали досвід співу у Митрополичому (Лаврському) та Архисерейському (Свято-Михайлівському) хорах. Безумовно, що керівники хорів переносили традицію, здобуту під час практики співу у вищезазначених колективах. Практичний аспект співпраці також полягав в участі сільськими хоровими колективами в богослужіннях [3], наприклад, у Києво-Печерській лаврі та Свято-Михайлівській церкві.

Серед православного духовенства Черкащини особливо варто виділити Оверкія Куткова, Василя Карпова, Ананія Куликовського, Яківа Гордієнко, Петра Чеважевського, Георгія Пашуту, Василя Ільницького, Петра Ящуржинського, Діонісія

© Пиж`янова Н. В., 2016



Андрієвського які отримали практичний досвід співу у Лаврському та Свято-Михайлівському хорах м. Києва.

Таблиця 1

Священнослужителі – професійні хористи Уманського повіту

Митрополичий хор	Архієрейський хор
Василій Ільницький	Оверкій Кутков
Петро Ящуржинський	Василій Карпов
Діонісій Андрієвський	Ананій Куликовський
Андроник Павлович	Яків Гордієнко
	Петро Чеважевський
	Георгій Пашута

Джерело: складено на основі [1]

Активне заснування мережі духовних освітніх осередків сприяє зростанню та розвитку музичної грамотності, поширенню хорового співу, постійній практичній співочій діяльності, що ґрунтується на професійних засадах. Церковні хори (контингент яких був вихований у церковнопарафіяльних школах та духовних училищах) виступають освітніми центрами для співаків, забезпечуючи їм виконавську практику, можливість вдосконалення свого творчого потенціалу.

Список джерел (References)

1. Кузнець Т. Православне духовенство Уманщини XIX – початку XX століття / Т. Кузнець. – К. : ВПЦ „Київський університет”, 2006. – 607 с.
2. Бондар Є. Генезис професійного хорового виконавства: від витоків до XVIII століття / Є. Бондар // Науковий вісник НМАУ імені П. Чайковського. – РІК. - № 107. – С. 103 – 115.
3. Паломническая экскурсия церковного хора м. Иванек Уманского уезда // КЕВ. – 1912. - № 26.
4. Кириченко О. Особливості сучасної співочої богослужбової культури / О. Кириченко // Культура України. – 2013. – Вип.41. – С. 243-251.

Одержано 11.12.2016.



УДК 004.946+008.2

Сюнякова А. Р.,

Давидова О. Б.,

Кузьмич Ю. В.

ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК СЕРЕДОВИЩЕ РОЗРОБКИ ІГОР: ПЕРЕДУМОВИ, РОЗВИТОК, ПРОГНОЗИ

У наш час майже щодня з'являються нові технології, відкриття. В майбутньому ми досягнемо точки сингулярності у розвитку техніки та інтелекту. Вже зараз ми активно використовуємо різноманітні гаджети, серед них і прилади для перебування у віртуальній реальності. Оскільки майбутнє і віртуальна реальність поняття нерозривні, варто розглянути технічне оснащення, що її забезпечує.

1. Віртуальна реальність – форма комп'ютерного моделювання, що полягає у проектуванні віртуального зображення на площині за допомогою спеціальних сенсорних пристроїв, які пов'язують рухи з аудіовізуальними ефектами. При цьому зорові, слухові, дотикові та моторні відчуття користувача замінюються їх імітацією, що її генерує комп'ютер. Характерними ознаками віртуальної реальності є: моделювання в реальному масштабі часу; імітація навколишнього простору з високим ступенем реалізму; двостороння комунікація з середовищем. Комунікація відбувається як з реальними, так і модельованими персонажами [1].

Доповнена реальність (англ. augmented reality, AR) — термін, що означає використання певних технічних елементів для доповнення реальності. Доповнена реальність — складова частина змішаної реальності (англ. mixed reality), в яку також входить «доповнена віртуальність» (коли реальні об'єкти інтегруються у віртуальне середовище) [1].

Розвиток цієї галузі технологій тісно пов'язаний зі стрімким розвитком цифрових комунікацій, що прямує до точки сингулярності. Можна виокремити декілька важливих періодів у еволюції цієї галузі - на шкалі часу відображено основні етапи розвитку технологій віртуальної та доповненої реальності (рис. 1):

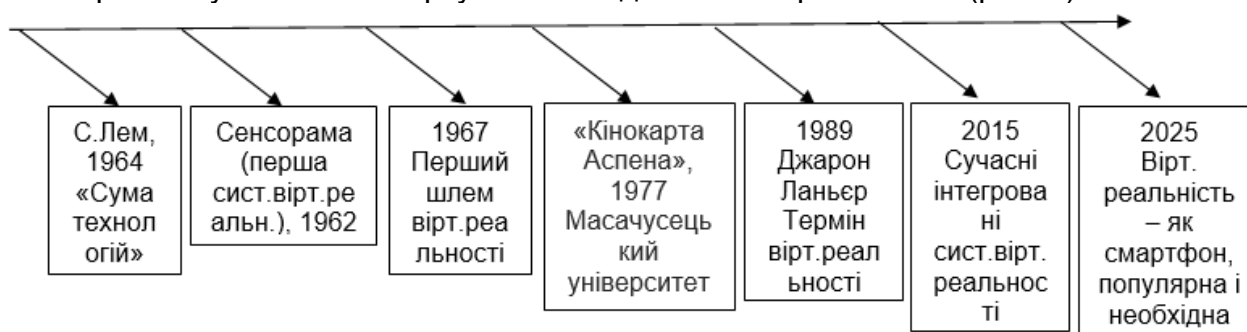


Рис. 1. Шкала часу розвитку віртуальної реальності

Прикладами систем віртуальної реальності: Avegant Glyph та Sony Morpheus. У сфері розваг та ігор ці технології також можна застосувати. Ігри-квести є одним із найпопулярніших видів розваг. Під час такої гри гравці виконують різні завдання, послідовно переходячи від одного до другого, отримуючи дорогою підказки, бонуси, тощо [2].

© Сюнякова А. Р., Давидова О. Б., Кузьмич Ю. В., 2016

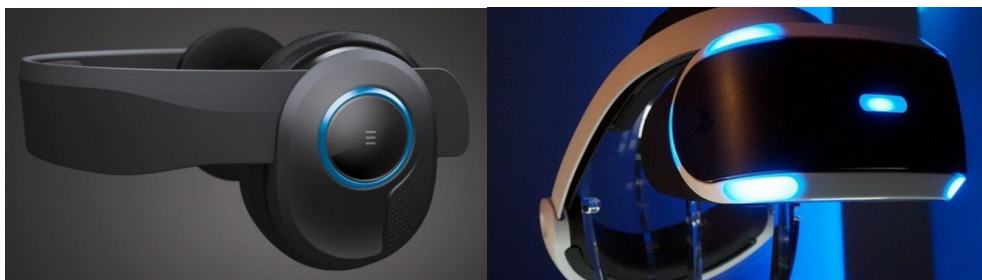


Рис. 2. Приклади віртуальних систем

Квестові ігри приховано існували у будь-якій діяльності людства в минулому, існують зараз. Дитячі ігри в племенах, ритуали, будь-яке навчання, взагалі життя – великий квест, гравцями якого ми є, не усвідомлюючи масштабів гри та подій (рис. 3).

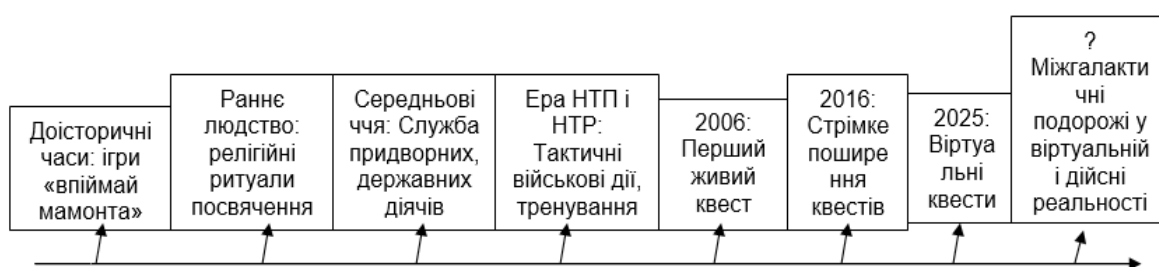


Рис. 3. Шкала часу розвитку квест-ігор.

Перший живий квест створений службовцями з «Силіконової долини» ще в 2006 році і називався «Origin». В основі були твори Агати Крісті. Квести не завоювали таку популярність в США, але в Японії їх високо оцінили. Різновиди:

1) *Ескейп-рум або як вибратися з кімнати*. Знайома практично всім ситуація: ваша команда замкнена в приміщенні. Використовуючи численні підказки та допоміжні засоби (які ще необхідно знайти), всі повинні за обмежений час вибратися назовні. Зазвичай на це дається лише одну годину.

2) *Квест у реальності (живий квест)*. На відміну від класичного Ескейп, тут зовсім не обов'язково шукати вихід. Гравці можуть рятувати всесвіт, захищати кільце всевладдя від зазіхань темних сил або ж грабувати банк. Головне, виконуючи завдання, прожити ситуацію максимально близько до сценарію.

3) *Квест-перформанс*. Цей жанр має на увазі присутність у кімнаті акторів, які можуть спрямовувати ігровий процес у тий чи інший бік. Вони можуть допомагати або, навпаки, заважати гравцям виконувати завдання. Це щось на кшталт постановочної сцени в кіно, або театральному поданні, в якому гравці гратимуть головні ролі.

4) *Екшн Гра або спортивний квест*. Тут успіх буде залежати не тільки від вміння гравця працювати головою, але також і від уміння застосовувати інші частини тіла. Всілякі смуги перешкод, погоні, силові завдання - все це гармонійно поєднується з необхідністю миттєво вирішувати логічні завдання, підключаючи до їх вирішення всю команду.

5) *Морфеус квест*. У Морфеус квесті гра відбувається виключно в уяві гравців. Усім гравцям обов'язково зав'язують очі протягом всієї гри. Тут, також як і в перформансі, присутні актори і ведучий. Вони допомагають гравцям глибше вжитися в ситуацію. У цьому жанрі використовуються не всі органи чуття, оскільки гравці будуть «позбавлені зору», їм можна лише чути, відчувати.



2. Зародження VR-ігор бере свій початок з історії появи ігор на ігрових автоматах та персональних комп'ютерах. На рис.4 показано основні періоди еволюційного розвитку VR-ігор, який розглянемо більш докладно.

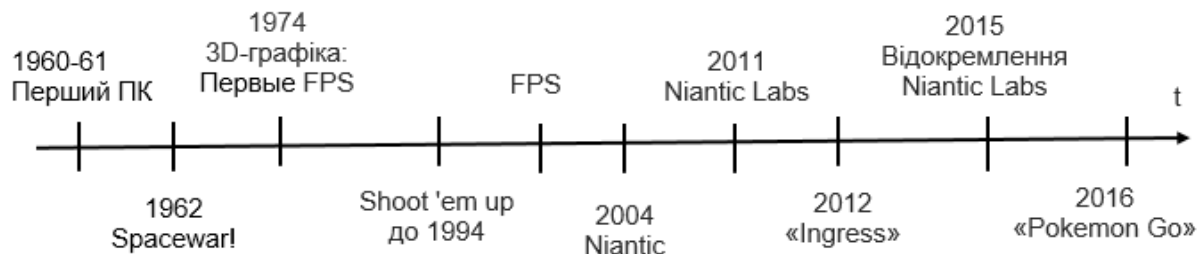


Рис. 4. Зародження VR-ігор.

Після винаходу першого комп'ютеру у 1960-1961 рр, з'явилися найперші комп'ютерні ігри. Це був жанр «шутерів», так званих «стрілялок», найстаріший у світі ігор, зародився з появою найпершої комп'ютерної гри «Spacewar!» у 1962 році. Цей жанр являє собою комп'ютерні бої з використанням зброї.

З появою 3D-графіки у 1974 році з'являються і перші спроби впровадити людину у віртуальний світ у вигляді шутерів від першої особи (First Person Shooter, FPS), гра в якій усі процеси сприймаються очима головного героя [3]. Найперші FPS - «Spasim» і «Maze War» (1972-73 рр.). Розробниками останньої були двоє школярів [4]. Пізніше виходили різні ігри жанру «Shoot 'em up», які мали велику класифікацію і були схожими один на одного. Жанр зародився на ігрових автоматах з гри «Space Invaders», пізніше виходили ігри на приставки. Пік популярності - кінець 80-х - початок 90-х рр. минулого століття.

Після 90-х рр. минулого століття використання 3D-графіки в іграх стало ширшим, популярність «стрілялок» стала спадати, оскільки попит серед геймерів викликали більш довготривалі та глибокі сюжети. У 1994 головні розробники ігор «Shoot 'em up» припинили їх виробництво. Почався розквіт FPS. Жанр сформувався з випуском в 1992 р. «Wolfenstein 3D», який визнають основним архетипом, на якому ґрунтувалися наступні ігри. Не дивлячись на зростаючу реалістичність в іграх, в більшості шутерів від першої особи персонаж гравця частково невидимий: при спробі подивитися вниз гравець бачить землю під ногами, а не тіло свого героя. Небажання розробника створювати повноцінну тривимірну модель героя пояснювалася відсутністю необхідності і зайвої витратності ресурсів. FPS -ігри постійно вдосконалювались, щоб зробити віртуальний світ більш реалістичним. У XXI столітті FPS є одним з найбільш комерційно успішних жанрів ПК-ігор.

Компанія Niantic була заснована Джоном Ханке в 2004 році. Niantic Labs (внутрішній стартап) з'явився в середині Google в 2011, діяльність якого описана як «експеримент на перетині мобільних технологій, реального світу та інтернету» [5]. Онлайн-гру «Ingress» було запущено компанією Niantic 2012 року - стала для фанатів культом, способом життя, але так і лишилась «закритою тусовкою». Це викликає паралелі з MMORPG (Massively multiplayer online role-playing game) на кшталт World of Warcraft, але у гри є принципова відмінність: «портали», за які йде боротьба, прив'язані до пам'яток реального світу - щоб їх захоплювати, необхідно фізично бути в цих місцях.

У жовтні 2015 компанія Google після успіху гри «Ingress» прийняла рішення відокремити від себе Niantic, яка отримала \$30 млн від Google та Nintendo на

самостійний розвиток. Pokemon Go – запущено в липні 2016 року компанією Niantic у співробітництві з Nintendo, які отримали на розвиток \$ 5 млн.

Плюси «Ingress» та «Pokemon Go»: соціалізація, «змусили» виходити людей на вулицю; підвищення самооцінки, об'єднуючий фактор; більш глибокий зв'язок з реальним світом; позбавлення від депресій. Переваги «Ingress», порівняно з «Pokemon Go»: не відомі випадки травматизму, більш солідний сюжет, є можливість один раз змінити фракцію та додавати ігрові місця, більша кооперація гравців, менший вплив на свідомість гравців. Переваги «Pokemon Go»: сюжет викликає відчуття ностальгії, що спричинило wow-ефект, більша динаміка, простота гри в управлінні, значні можливості для комерціалізації [6].

До ігор для шоломів віртуальної реальності можна віднести наступні:

- “Сліпий” – обстеження світу за допомогою звуку.
- “Гра у стирання” – віртуальне дослідження за допомогою динамічних камер величезного 3D-середовища.
- “Carpe Lucem” – являє собою розв’язання складних головоломок за допомогою світлових променів.
- “страшилки” від різноманітних виробників [7].

Як показав досвід економічних криз XX століття, в такі періоди зростає попит на розваги - таким чином, люди відволікаються від оточуючих проблем [14]. Так, Голлівуд своїм економічним успіхом зобов'язаний Великій депресії, а південнокорейська індустрія відеоігор перетворилася в високоприбуткову сферу саме під час азіатської фінансової кризи в кінці 90-х.

У період появи першого комп'ютера, створення ігор потребувало багато зусиль та часу – гру «Spacewar!» розробляли півтора року, на яку знадобилось 200 людино-годин. Але, згодом, після розвитку 3D-графіки, впровадження і створення ігор набирало прискорених темпів. Через перенасичення ринку сотнями ігор, більшість з яких були посередньої якості, виникла світова криза індустрії комп'ютерних ігор 1983 року. Дохід, що досягав максимальних значень близько 3 млрд доларів в 1983 році, впав до 100 млн доларів в 1985 (зниження майже 97%).

Організація TIGA опублікувала цікавий звіт про джерела фінансування ігрових компаній. Згідно з цими матеріалами, лише маленька частина ігрових студій є повністю фінансово незалежна. Переважна більшість отримує ту чи іншу матеріальну допомогу від третіх сторін. Серед 38 опитаних компаній:

- 100% респондентів брали фінансову допомогу від видавців, краудфандінгових сервісів або через гранти протягом останніх 3-х років. 97% отримали такі вкладення протягом останнього року.
- В середньому, приблизно 62% бюджету ігор формується за рахунок зовнішніх вкладень.
- 37% - стверджують, що вся частина бюджету покривалася з чужої кишені. 79% стверджують, що зовнішнє фінансування складало 50% їх виробничого бюджету.

Отримати інвестиції надзвичайно важке завдання, оскільки ця сфера характеризується великими ризиками.

3. Прогнози на майбутнє щодо розвитку віртуальної реальності можна представити за допомогою рис. 5.

Марк Цукерберг, який заснував соцмережу Facebook, висунув думку, що віртуальна реальність – це і є наше майбутнє [8]. Саме сьогодні – найкращий час для розвитку віртуальної реальності. Адже чи стикався хоч хто-небудь з нас із такими



явищами сьогодення, як шоломи та окуляри віртуальної чи доповненої реальності, з графікою у фільмах чи абсолютно інноваційних підходах у презентаціях нових смартфонів та інших гаджетів? Уже зараз багато компаній використовують віртуальну реальність для зручності здійснення покупок. Наприклад, IKEA, компанія з оформлення інтер'єру чи оновлення меблів, тепер пропонує обирати інтер'єр власної кухні у віртуальній реальності, одягнувши шолом віртуальної або доповненої реальності [9]. Отже актуальність даної теми очевидна і, чим швидше ми її розкриємо, тим імовірніше, що зможемо стати новаторами у цій сфері чи пов'язаній з нею. Гра «Pokemon Go» (2016 р) - це тільки початок. Наступним етапом у розвитку віртуальної реальності стане її широке використання (2017 р), але тільки тими, для кого вона буде доступна за ціною та територією. Відтак віртуальна реальність використовуватиметься під час презентацій нових продуктів, гаджетів, технологічних новинок, т.ін. Це відбуватиметься за рахунок віртуальної гарнітури, шоломів та окуляр віртуальної реальності.

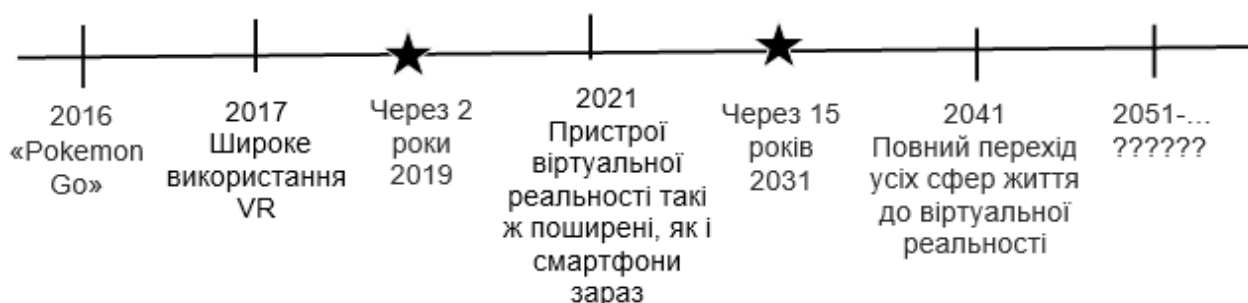


Рис. 5. Майбутнє VR-ігор.

Журналістка Нонні де ла Пенья уже почала розробку так званої «віртуальної журналістики». Її суть у тому, аби люди почали сприймати інформацію зовсім по-новому. Завдання цієї сфери – «помістити» людину всередину повідомлення. Тобто віртуальна реальність допоможе впливати на людську свідомість, передавати сигнали мозку, і той, у свою чергу, змусить увесь організм відчувати усе, що транслюється чи передається віртуальною реальністю. Таким чином, людство буде мати можливість відчувати історію по-новому [10]. Тут проявляється інтегрованість людини з інформаційно-комунікаційними технологіями. Можна зробити висновок, що незабаром (уже через 2 роки) усе це призведе до абсолютно нового сприйняття будь-якої інформації, можливо навіть до переходу від кліпового мислення до віртуального.

Уже через 5 років пристрої віртуальної реальності будуть такі ж поширені, як і смартфони зараз, що може призвести до того, що віртуальна реальність стане черговим різновидом залежностей; що повністю замінить ПК при умові, що інтернет буде доступним усім. Через виділення гормону щастя, людина може звикнути і збільшувати дозу цього «наркотику», а з часом взагалі відмовитися від їжі, людей, реальності в цілому. Науковці вже проводили подібні дослідження і довели, що таке може статися. У лабораторії було ізольовано мишу, яку годували так, як і зазвичай, але до неї в клітку встановили певний прилад (симулятор), який був увесь час увімкнений. Коли тварина підбігала до цього пристрою, то в її організмі вироблявся гормон щастя, і вона отримувала задоволення. Через певний проміжок часу миша уже не відходила від приладу і повністю відмовилась від їжі та іншого [11]. Таке цілком може статися і з людиною, адже віртуальна реальність теж свого роду симулятор і постійне її використання може призвести до звикання. Тим більше, якщо



під час перебування у віртуальній реальності людина отримує задоволення (виділяється гормон щастя), то відмовитись від навколишнього світу заради віртуального буде дуже легко.

Навіщо взагалі потрібні ПК, якщо буде віртуальна реальність? Набагато легше просто подумати, а не друкувати повідомлення на ПК, адже швидкість думки набагато більша, ані ж швидкість набору тексту і це може значно спростити швидкість передачі інформації. Це може статися за умови використання шоломів, окулярів чи інших приладів віртуальної реальності.

Оскільки розробниками віртуальних ігор планується їх підключення до інтернету, то для цього будуть необхідні високошвидкісні інтернет-канали з великою пропускну здатністю, тобто до 2021 року необхідне впровадження проекту вседоступного Інтернету, щоб кожен міг мати доступ до віртуальної реальності [11]. Уже через 15 років (2031 р) прогнозується, що віртуальна реальність стане широкодоступною і тоді розробники URL-ігор наввипередки вдосконалюватимуть власні розробки, щоб зробити їх більш близькими до реальності, а на ринку праці найбільш затребуваними стануть архітектори і розробники віртуальної реальності та інженери нейро-інтерфейсів. Пристрої віртуальної реальності будуть продаватися мільярдами тиражами на рік, адже кожен захоче мати у себе вдома частинку такої чудової новинки. Скоріше за все, почнуть зникати або трансформуватися в інші такі професії, як: каскадери, гірники, шахтарі, поштарі, кур'єри та інші. Кожна професія, яка існує сьогодні повинна буде змінитись й адаптуватись до умов, які диктуватиме технологічний розвиток.

У 2041 році (через 20 років) відбудеться повний перехід усіх сфер життя до віртуальної реальності. Уже зараз існують думки, що віртуальна реальність значно вплине на більшість галузей науки, економіки, підприємництва та інші. Висловлюються думки, що кінематограф незабаром помре як окрема галузь через віртуальну реальність, тому що майбутнє у галузі кіно – це нова віртуальна реальність. Це середовище, де кожен зможе створити свій образ таким, яким він його хоче бачити. [12].

У медицині використовуватимуть шоломи віртуальної діяльності для тренування медпрацівників та підвищення їх кваліфікації як в цій, так і в інших галузях. Це зробить медицину набагато безпечнішою, адже від помилки хірурга буде набагато менше негативних наслідків і це допоможе уникати летальних наслідків. Також віртуальна реальність допоможе у випадках, коли більш досвідчені лікарі (або спеціалісти в інших галузях), які знаходяться за багато кілометрів, зможуть допомагати колегам, підключившись до їхніх пристроїв та бачитимуть разом з ними однакову картинку. Компанія Microsoft уже демонструвала схожу ситуацію під час презентації окулярів доповненої реальності під назвою Hololens [13]. Також обговорюється той факт, що деякі люди згодом відмовляться від сексу і для зачаття дитини потрібно буде віднести до лабораторії необхідні матеріали чоловіка та жінки, а ще можна буде задати характеристики, зовнішність і навіть риси характеру майбутньої дитини за допомогою віртуальної реальності.

Завдяки пристроям віртуальної реальності можна буде підвищити рівень залученості у навчальний процес, що підвищує мотивацію до навчання. Наприклад, дистанційне навчання цілком можливе і досить ефективне, адже студенти зможуть бути присутніми на заняттях у вигляді своїх цифрових прототипів, при цьому фізично перебуваючи в іншій країні. Технічні дисципліни можна було б наочно демонструвати



у віртуальній реальності, щоб показувати різні взаємодії хімічних речовин або фізичні явища, реконструювати історичні події тощо [13].

Також віртуальна реальність може значно прискорити розвиток інтернет-ринку, пристрої віртуальної та доповненої реальності дадуть змогу обирати товари прямо в супермаркетах, не виходячи при цьому з кімнати. З ними також можна створювати віртуальні магазини, у яких можна було б пройти прилавками та зробити покупку як у звичайному супермаркеті. А ще, можна буде приміряти на себе гарненьку сукню чи туфлі [13].

Звичайно, віртуальне море не зможе замінити море реальне, але віртуальна реальність значно полегшить просування та рекламу компаній, що надають туристичні послуги. Так можна буде обрати дуже хороші місця для відпочинку та детально побачити власну поїздку. Знайдуться і ті, хто подорожуватиме «віртуально», тобто оглядатиме різні куточки світу в шоломі віртуальної реальності. Уже кілька компаній надають послуги, щоб клієнт міг зануритися у віртуальні подорожі по Берліну, Ботсвані, Сан-Франциско. [13].

Зміниться відпочинок вдома та з друзями. Віртуальна реальність допоможе опинитись в центрі подій фільму, футбольного матчу чи комп'ютерної гри. Пристрої віртуальної реальності також дозволять віртуально ходити на музичні концерти у різних країнах світу. Уже існує стартап під назвою LiveLike, що створив віртуальний стадіон, на якому можна буде з друзями подивитися спортивний матч [13].

Починаючи з 2051 року усе змінюватиметься за законом експоненти, тобто з кожним роком віртуальна реальність ставатиме усе більш інтегрованою з людиною. І це лише кілька прикладів того, як змінюватиметься світ.

Список джерел (References):

1. Віртуальна реальність [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Віртуальна_реальність.
2. Квест(змагання) [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Квест_\(змагання\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Квест_(змагання)).
3. Шутер від першої особи [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Шутер_від_першої_особи.
4. История FPS: от Maze War до Destiny (ч. 1) [Електронний ресурс] // Playground.ru. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://www.playground.ru/blogs/other/istoriya_fps_ot_maze_war_do_destiny_ch_1-158377/.
5. Йолкіна В. Інвестор Pokémon Go впевнений, що у гри величезне майбутнє [Електронний ресурс] / Вероніка Йолкіна // Rusbase. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://rb.ru/story/pokemon-go-investor/>.
6. Чемоданова Л. Pokémon Go или Ingress: чем отличаются две игры одного разработчика [Електронний ресурс] / Лилия Чемоданова // «Знай». – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://znaj.ua/ru/news/science-and-technic/52932/pokemon-go-chi-ingress-chim-vidriznyayutsya-dvi-gri-odnogo-rozrobnika.html>.
7. Ігри з віртуальною реальністю [Електронний ресурс] // Euronews. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua.euronews.com/2016/08/12/virtual-reality-hits-the-shops-in-egx-razzed-london-fanfare>.
8. Віртуальна реальність від корейських виробників // Euronews. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://ua.euronews.com/2016/02/23/facebook-and-samsung-join-forces-on-nascent-vr-market>.
9. IKEA представила приложение для создания виртуальной кухни // IT-news. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://itnews.com.ua/news/80508-ikea-predstavila-prilozhenie-dlya-sozdaniya-virtualnoj-kukhni>.
10. Из выступления на конференции TED «Такое ощущение, что ты в центре событий» // Виртуальная реальность делает журналистику более эмоциональной и человечной // Кот Шрёдингера - живой научно-популярный журнал. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://kot.sh/statya/2262/budushchee-v-avguste>.
11. Віртуальна реальність. // Мифы или реальность . – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://molomo.com.ua/myth/virtual_reality.html.
12. Філатов А. Пітер Грінуй: «Майбутнє кінематографа – це віртуальна реальність» // Cutinsight. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://cutinsight.com/ua/piter_grinuy_buduschee_kinematografa_eto_virtualnaya_realnosty/.
13. 5 галузей, які змінить віртуальна реальність // За матеріалами: vestifinance.ru, kachwanya.com // Tech Today. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://today.vodafone.ua/posts/5-galuzej-yaki-zminit-virtualna-realnist>.
14. Юдіна Н.В. Управління інтелектуальними ресурсами в концепції інноваційного розвитку підприємства // Економіка в умовах глобалізації світових економічних процесів: матеріали XXIV Міжнародної науково-практичної конференції. В 2 ч. Ч. 2. — Львів: ЛЕФ, 2013. — С. 62–63.

Одержано 10.12.2016

УДК 001.18+004.8

Т. О. Щекочіхіна

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ - ЙОГО ПРОГРЕС, РИЗИКИ ТА МАЙБУТНІ НАСЛІДКИ

У сучасному світі існує багато новинок, виникнення яких, спричинило здивування людства, але ні в такій мірі, як це очікує нас в майбутньому. Американський письменник-фантаст Вернор Віндж стверджує: «Ми на порозі технологічної революції, порівняної з виникненням людського життя на Землі». Усе це здається дивним, проте, факт того, що прогрес розвивається експоненціально - вже сьогодні не потребує доводів.

Таку модель, при якій людський прогрес рухається швидше з кожним роком, футуролог Реймонд Курцвейл назвав Законом прискореної віддачі. Усе просто: так відбувається, тому що більш розвиненому суспільству потрібно менше часу для прогресу, ніж менш розвиненому. У 19 столітті людство знало більше і володіло більш досконалішими технологіями, ніж у 15 столітті, люди 15 століття не витримали б ніякої конкуренції з людьми 19 століття [1].

Виходить, темп прогресу тільки прискорюється. Це означає, що наше майбутнє буде надзвичайним, вірно? Курцвейл вважає, що всі досягнення XX століття вмістилися б у 20 років при темпі розвитку 2000 року, іншими словами, до 2000 року темп розвитку був в 5 разів вище, ніж середній темп розвитку в XX столітті. Він також вважає, що прогрес, який можна порівняти з усіма досягненнями минулого століття, стався в період між 2000 і 2014 і такий самий сукупний результат повториться наступного разу до 2021 року, всього через 5 років. Через пару десятиліть досягнення, порівнянні із загальним прогресом XX століття, будуть повторюватися кілька разів на рік, а ще пізніше взагалі кожен місяць. Зрештою, згідно із Законом прискореної віддачі, XXI століття перевищить прогрес XX століття в 1000 разів.

Якщо Курцвейл і всі, хто з ним погоджуються, праві, то ми будемо також шоковані 2030 роком. Тобто наступний прогрес займе 20 років, і світ в 2050 буде настільки відмінний від нинішнього, що ми його просто не впізнаємо. І це не наукова фантастика. У це твердо вірять багато вчених. Якщо поглянути на історію, саме таке передбачення майбутнього найбільш логічне.

Звичайно, мало хто повірить, якщо вчені скажуть, що через 35 років світ буде невпізнаним. І ось з яких причин:

1) Коли справа доходить до історії, ми мислимо прямими лініями. Ми уявляємо собі прогрес наступних 30 років, сприймаючи прогрес попередніх 30 років, як якийсь загальний орієнтир. Розмірковуючи про те, як зміниться світ за це століття, ми просто думаємо про всі досягнення XX століття і додаємо якийсь їх еквівалент до 2000 року. Лінійне мислення є для нас інтуїтивним, у той час як нам слід думати експоненціально. Той, хто виявився розумніший, зможе передбачити прогрес наступних 30 років, беручи до уваги нинішній темп розвитку і вже відштовхуючись від нього. Щоб думати про майбутнє правильно, слід уявляти собі більш високі швидкості розвитку, ніж ті, при яких ми живемо зараз.

2) Лінія руху новітньої історії часто призводить до плутанини. По-перше, навіть крута експонента здається прямою, якщо дивитися на дуже короткий її відрізок. По-друге, експонентний ріст не ідеально однорідний. На думку Курцвейла, прогрес

© Щекочіхіна Т. О., 2016

відбувається в S-подібних кривих:

S створюється хвилею прогресу, яка настає з утворенням нової парадигми. Вигин проходить три фази:

- повільне зростання (рання фаза експоненціального зростання);
- швидкий ріст (пізня, вибухова фаза експоненціального зростання);
- вирівнювання (дозрівання нової парадигми).

Частина кривої, в якій ми зараз знаходимося, може заплутати сприйняття того, як швидко все розвивається. Наприклад, на проміжок часу між 1995 і 2007 припав вибух розвитку Інтернету, поява в суспільній свідомості Microsoft, Google, Facebook, народження соціальних мереж і поява мобільних телефонів, а потім і смартфонів. Це все було другою фазою — стрибком в зростанні. Період з 2008-го по 2015-й був менш новаторським, принаймні, в технологічному плані. Хтось, думаючи про майбутнє сьогодні, може розглядати лише останні кілька років для оцінки поточного рівня розвитку і не бачить картину цілком. По суті, нова фаза стрибка в зростанні може називати знову прямо зараз.

3) Наш власний досвід перетворює нас у впертих людей похилого віку в питаннях про майбутнє. Наші уявлення про світ ґрунтуються на особистому досвіді. Цей досвід закріпив у голові уявлення про темпи зростання недавнього минулого, як щось абсолютне. Ми також обмежені нашою уявою, яке спирається на наш досвід при складанні прогнозів на майбутнє. Але часто те, що ми знаємо, не надає нам необхідний інструментарій, що дозволяє вірно мислити про майбутнє (Курцвейл приводить у якості прикладу свій телефон, який у мільйон разів менше, мільйон разів дешевше і в тисячі раз могутніше ніж був його MIT комп'ютер 40 років тому). Тепер спробуйте уявити, з якими технологіями ми будемо мати справу в порівняльному майбутньому. Коли ми чуємо прогнози про майбутнє, які йдуть у розріз з нашим, заснованим на особистому досвіді уявленням про те, як влаштовані речі, ми інстинктивно думаємо, що передбачення наївні [2].

Суть у тому, що, ми повинні прийти до висновку, що з наступними десятиліттями зміниться набагато більше, ніж ми очікуємо. Логічно також, що якщо найбільш розвинені істоти на планеті продовжать робити все більш високі стрибки в темпах свого розвитку, то в якийсь момент вони докорінно змінять життя і власне сприйняття себе як людей. Подібно до того, як еволюція робила великі стрибки на шляху до розумних істот, поки зрештою не зробила такий великий стрибок до хомо сапієнса, який повністю змінив життя на Землі.

Професор Л. Готтфредсон описує інтелект як «дуже загальну психічну здатність, яка, крім усього іншого, включає в себе здатність міркувати, планувати, вирішувати проблеми, мислити абстрактно, розуміти складні ідеї, швидко вчитися і вчитися на досвіді». Шведський філософ Н. Бостром, зазначає: «Перед нами стоїть надзвичайно складне завдання. і невідомо, скільки часу буде потрібно на її рішення, цілком можливо, від цього залежить доля всього людства». І куди це нас приведе? Ніхто в цьому світі не зможе відповісти на це питання. Але Н. Бостром вважає, що ми можемо звести всі варіанти подій у дві широкі категорії.

Поглянувши на історію, ми бачимо, що життя влаштоване таким чином: новий вид з'являється, існує якийсь час і потім неминуче втрачає рівновагу і зникає, опиняючись у зоні вимирання: «Усі види зрештою вимирають» — було майже таким же надійним правилом, як і «всі люди вмирають». Чітко ясним здається, що перебуваючи на межі вимирання і з останніх сил чіпляючись за це, вид може бути легко змінений будь-катаклізмом або появою нового виду. Н. Бостром називає

вимирання аттрактором — станом, у яке потрапляють всі істоти і ніколи з нього не повертаються назад.

Хоча більшість вчених, вважають, що поява ASI (надінтелекту) приведе людство до вимирання, багато хто все ж вірить, що при грамотному використанні ASI може призвести окремих людей або весь вигляд до другого стану аттрактора – виду безсмертя. Бостром переконаний, що безсмертя виду, як і його вимирання, являє собою стан аттрактора. Як тільки ми досягнемо його, ми назавжди переможемо смерть. Таким чином, незважаючи на те, що всі види досі падали в бік зони вимирання, Бостром вважає, що є два сценарії розвитку подій і ніхто на Землі ще не був досить розумний, щоб зрозуміти, як вибрати вірний сценарій. Якщо Бостром і ті, хто з ним згодні, дійсно праві, а судячи з усього того, у них є всі шанси виявитися такими, то нам доведеться прийняти два шокуючі факти:

1) Поява ASI вперше відкриє для видів можливість змінити життя в бік безсмертя, а не вимирання.

2) Поява ASI матиме такий величезний вплив на життя людства, що, швидше за все, зіштовхне людський вигляд з сценарію життя в ту або іншу сторону.[3]

Курцвейл вважає, що до 2029 році ми створимо штучний інтелект, рівний людському, а до 2045 у нас буде не тільки надінтелект, але і повномасштабний новий світ, і цей момент він називає сингулярністю. Такий розрахунок досі продовжує здаватися багатьом шалено перебільшеним, але з урахуванням того, як за останні 15 років розвинулися слабкі системи штучного інтелекту, все більше експертів погоджується з Курцвейлом. Його прогноз, як і раніше, більш амбітний, ніж прогноз середнього учасника Бостромського опитування (середній оптимістичний рік (ймовірність 10%): 2022, середній реалістичний рік (ймовірність 50%): 2040, середній песимістичний рік (ймовірність 90%): 2075), але не так вже й сильно.

На думку Курцвейла, до сингулярності у 2045 році нас приведуть три одночасні революції в біотехнології, нанотехнології і, найбільшою мірою, в області розробок штучного інтелекту. Слід зауважити, що нанотехнології є невід'ємною частиною всіх розробок, що стосуються штучного інтелекту.

Список джерел (References)

1. Эволюция разума [Электронный ресурс] // ЛитМир электронная библиотека – Режим доступа до ресурсу: <https://www.litmir.co/br/?b=555487&p=1>.
2. Urban T. The AI Revolution: The Road to Superintelligence [Электронный ресурс] / Tim Urban. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <http://waitbutwhy.com/2015/01/artificial-intelligence-revolution-1.html>.
3. Бостром Н. Искусственный интеллект Этапы. Угрозы. Стратегии [Электронный ресурс] / Ник Бостром // Манн, Иванов и Фербер. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.bookcity.club/2977-%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%B1%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BC-%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82.html>.

Одержано 10.12.2016

УДК 339.9

О. І. Мегединюк

МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ, ЯКІ ДОМІНУВАТИМУТЬ У 2017 РОЦІ

Ні для кого не секрет, що маркетинг знаходиться в стадії постійного розвитку, створенні нових напрямів та удосконаленні існуючих. Маркетинг – це сукупність можливостей, які ми опрацьовуємо і на власний ризик втілюємо у життя. 2016 став чудовим роком для онлайн-маркетингу, і цей напрям, безсумнівно, стане найбільш значущим і в наступному році. Маркетинг є сферою, де успіхів досягають ті, хто можуть передбачити майбутні тренди першими. У цій статті, оперуючи своїми власними дослідженнями, я ризикну перелічити найбільш багатообіцяючі маркетингові напрями, які, на мою думку, треба не зволікаючи брати до уваги.

1. Pokémon Go. Лише кілька людей змогли передбачити, що іграшка Pokémon Go стане справжнім проривом у світі додатків на смартфон. У пік популярності прибуток від цієї нестандартної іграшки становив близько 10 мільйонів доларів на день! Щоправда, з часом ентузіазм на гру вбавився, однак Pokémon Go вніс щомалий вплив на онлайн-маркетинг: стало ясно, що світ готовий до перебування у так званій «доповненій» або як її ще називають «віртуальній» реальності, зануритися в яку раніше ризикнув би не кожен. Тому в 2017 році можемо сміливо очікувати зростання кількості ігор та додатків такого типу.

2. Відео-трансляції наживо. Користувачі або юзери медіа-контенту дедалі частіше потребують саме live (або stream) відео, тобто таких, події яких розгортаються наживо. Завдяки швидкому Інтернету та функціональності мобільних пристроїв, у нас є можливість спостерігати за подіями відокремлено від місця, де вони відбуваються! Яскравим прикладом є цьогорічні президентські дебати між Х. Клінтон і Д. Трампом, що транслювались онлайн і охарактеризувались величезною кількістю глядачів. Live video стали трендом, і все більше соціальних мереж додають до свого функціоналу можливість онлайн-трансляцій: Instagram, Twitter і Facebook лише зовсім недавно перейняли цей тренд. І як не згадати про Periscope – додаток, що повністю спеціалізується на live video! Враховуючи такий ажіотаж, сміливо прогнозуємо та очікуємо у 2017 році ще більше сайтів та додатків, які поповняться такою цікавою новинкою.

3. Натуральна реклама. Експерти прогнозують, що наступного року піку популярності сягне таке явище, як натуральна реклама (мовою оригіналу – native advertising). Що це таке, спитаєте ви? Натуральна реклама – це така реклама, яка не сприймається цільовою аудиторією як реклама взагалі. Іншими словами, вона замаскована, впливається у формат контенту, де розміщена, і виглядає настільки органічно та «в тему», що нам здається, ніби так воно і має бути. Жодних набридливих банерів, що вискакують у найневдаліші моменти! По суті, вона ненав'язливо «очікує» користувача там, де він шукає інформацію, яка його цікавить. До такої реклами можна віднести promoted tweets у мережі Twitter, спонсоровані історії в Facebook і відеореклама в Youtube.

Контент-маркетинг — це ще одна форма натуральної реклами, коли контент розміщується або поміж редакційних матеріалів, або у вигляді блоку «схожі матеріали, які можуть Вас зацікавити» поруч з рекомендованими редакцією

© Мегединюк О. І., 2016



некомерційними статтями. У такій рекламі є безліч плюсів і лише один вагомий мінус – проблематичність втілити її в життя якісно.

4. Екомаркетинг. Одним із напрямів маркетингу, що стрімко набуває популярності є екомаркетинг. Це один з найважливіших глобальних трендів, який віднедавна почав активно розвиватися також і в Україні. Екомаркетинг у першу чергу передбачає так зване «зелене мислення», тобто бажання жити у гармонії з природою і не шкодити навколишньому середовищу. У нашій країні ця тенденція знайшла своє відображення у прагненні споживача піклуватися про своє здоров'я і слідкувати за тим, що він споживає.

Яскравим прикладом екомаркетингу є рекламна концепція ТМ «Наша Ряба», де виробник безпосередньо демонструє використання виключно екологічно чистої продукції на всіх етапах виробництва. Ще одним прикладом є наклейка «БЕЗ ГМО», яку, я впевнена, кожен з нас не один раз бачив на упаковці того чи іншого продукту.

5. Вірусний маркетинг. Вірусний маркетинг виступає відносно недорогим каналом комунікації зі споживачем, однак він потребує високого рівня креативності. Платити за поширення реклами товару не потрібно, основна ідея в тому, щоб споживач, який встиг з нею ознайомитися, мав бажання поділитися інформацією про товар з іншими. Ефект від цього напряму маркетингу можна порівняти з ефектом «доміно»: коли при поштовху однієї шашечки, вона штовхає наступну, і так далі.

Прикладом вірусного маркетингу є відео Pen Pineapple Apple Pen (що у перекладі: Ручка Ананас Яблуко Ручка) виконавця Казухіко Коса (виступає під псевдонімом Піко Таро) (рис. 1). На цьому коротенькому ролику показаний молодик у яскравому костюмі, що виконує пісню, прослухавши яку, у вас безсумнівно виникне безліч запитань. Основні з яких: «Що це? Чому? Як перестати це слухати?..» Рекомендую кожному хто ще не чув – обов'язково переглянути це відео і переконатись самому ☺



Рис. 1. Кадр з вірусного відео Pen Pineapple Apple Pen.

За допомогою такого вірусного відео Казухіко зумів привернути до себе увагу та стати більш затребуваним артистом.

6. Додаткова цінність є одним з маркетингових трендів, який має усі шанси досягти свого піку у 2017 році. Відтепер, щоб досягти успіху та максимального обсягу продажу, недостатньо мати лише гарну рекламу, – важливо наділити товар

додатковою цінністю. Одним з прикладів цього є перерахування коштів від продажу товару на благодійність. На B2B-ринку, наприклад, з подібною метою поширене проведення підприємствами для своїх потенційних клієнтів безплатних семінарів і тренінгів за різними тематиками. Іншим прикладом може бути широко відома благодійна акція від McDonalds, яка проводиться щороку і має на меті збір коштів для надання допомоги дітям з вадами серця (рис. 2).



Рис. 2. Емблема благодійної акції від McDonalds

7. Чат-боти та штучний інтелект. Дізнатися у місцевих знайомих, де смачно готують, для цільової аудиторії споживачів з інших міст це звісно гарний варіант, але місцеві не знають, чи люблять представники цільової аудиторії гострі страви чи десерти, чи не страждають вони випадково на алергію на той чи інший інгредієнт. Більш ефективним для комунікації зі споживачами для таких цілей стають чат бот, який знає усі вподобання кожного конкретного клієнта, його стан здоров'я, рівень доходів, таке інше, який порадить йому куди піти поїсти, де здійснити покупки і як дістатися до роботи, коли, наприклад, метро перекрите. Чат-боти – це спеціальне програмне забезпечення, що розроблене на базі штучного інтелекту і має відкритий доступ в Інтернет, щоб знаходити необхідну інформацію і спрямувати конкретну людину (клієнта) певним шляхом. Щоправда, до кінця незрозуміло, як саме буде виглядати чат-бот у майбутньому, залишається вірити, що потенційні виробники здивують нас всілякими можливими його варіаціями.

Підводячи підсумок, не виникає жодних сумнівів, що нас чекає цікавий 2017 рік. Маю надію, що світ порадує нас наведеним спектром маркетингових можливостей, які знайдуть своє втілення у тій чи іншій сфері діяльності. Також хочеться вірити, що прогнозований список протягом року поповниться ще більшою кількістю трендів, і наступний 2018 рік ми зустрінемо з оновленим переліком маркетингових креативних напрямів і рішень.

Одержано 10.12.2016.



УДК 330.3+339.9:004

А. В. Говорун,

студентка VI курсу ННІ БТ УАБС «СумДУ»

anastasia_govorun@mail.ru

ВПЛИВ ЗАЛУЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Однією з галузей економіки, що розвиваються найбільш стрімко, на сьогоднішній день без заперечень є галузь інформаційних технологій. Збереження подібних темпів розвитку закономірно обумовлює потребу у залученні значних фінансових ресурсів як на модернізацію матеріально-технічної бази, так і на підвищення кваліфікації на оплату праці висококваліфікованих спеціалістів сфери ІТ.

Виходячи зі складних економіко-політичних умов, що склалися на сьогоднішній день у нашій державі, питання пошуку коштів для розвитку підприємств капіталомісткої галузі інформаційних технологій постає дуже гостро. Залишатися конкурентоспроможними на світовому рівні за рахунок внутрішньодержавних ресурсів дуже складно. Серед стримуючих факторів у цьому аспекті можна назвати наступні:

- період невизначеності у зв'язку з анексією АР Крим та окупацією іноземними військами територій Луганської та Донецької областей;
- відсутність державних програм підтримки та реально діючих програм пільгового кредитування підприємств галузі інформаційних технологій;
- значне здорожчання імпортованих технологій та пристроїв за рахунок девальвації національної валюти.

У такій ситуації залучення інвестицій на міжнародному ринку є вагомим каталізатором розвитку ІТ підприємств.

У цілому під міжнародними інвестиціями розуміють інвестиції, реалізація яких передбачає взаємодію учасників, що належать до різних держав світу [1].

Інвестиції ж, відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність», – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект [2].

Розрізняють два види міжнародних інвестицій: прямі і портфельні. Прямі інвестиції є різновидом іноземних, що супроводжуються контролем за діяльністю компанії навіть у випадку придбання невеличкої частки її акцій (на рівні 10 %). Володіння контрольним пакетом акцій закордонного підприємства є найвищим типом зобов'язань стосовно зовнішньоекономічних операцій. Воно не тільки передбачає право власності на прибуток із капіталу, але зазвичай означає і більш інтенсивний обмін кваліфікованими спеціалістами і новими технологіями між країнами, ніж у випадку відсутності контрольного пакета акцій у закордонному виробництві [3].

До "портфельних" інвестицій можуть бути віднесені як боргові зобов'язання, так і акції фірми. Чинником, що дозволяє відрізнити даний тип інвестицій від прямих, є відсутність контролю за діяльністю фірми, яка приймає інвестиції. Іноземні "портфельні" інвестиції важливі майже для всіх фірм, що ведуть міжнародні операції. До них вдаються, в основному, з метою вирішення фінансових завдань. Фінансові

© Говорун А. В., 2016

відділи корпорацій зазвичай переводять засоби з однієї країни в іншу для одержання більш високого прибутку за рахунок короткострокових капіталовкладень. Вони також використовують позики різних країн [4].

Останнім часом популяризації набуває залучення міжнародних інвестицій ІТ компаніями у вигляді безстрокового міжнародного кредиту. У такому випадку дохід для інвестора сплачується у вигляді відсотків за подібним кредитом.

Серед позитивних наслідків залучення міжнародних інвестицій у галузь інформаційних технологій можна виділити:

- отримання можливості закупівлі дорогих технологій та пристроїв;
- підвищення рівня оплати праці;
- зменшення виїзду висококваліфікованих працівників за кордон до високорозвинених країн;
- підвищення репутації України на міжнародній арені;
- підвищення рівня конкурентоспроможності галузі як на національному, так і на світовому рівні.

Не зважаючи на таку кількість позитивних наслідків, можна виділити і негативний ефект від процесу міжнародного інвестування, котрий у першу чергу проявляється через збільшення залежності національних підприємств від міжнародних інвесторів та втрату їх фінансової самостійності, а отже і самостійності у прийнятті управлінських рішень. Наслідком цього може стати нівелювання національних інтересів у побудові стратегій розвитку підприємств галузі інформаційних технологій.

Інформаційні технології на сучасному етапі розвитку світового господарства відіграють одну з провідних ролей. Частка ІТ у ВВП країн неухильно зростає, вони продовжують бути одним із визначальних чинників підвищення ефективності виробництва. Еволюція інформаційних технологій відкрила новий етап розвитку міжнародних економічних відносин завдяки появі глобального інформаційного простору.

Водночас, інформаційні технології відіграють важливу роль у розвитку світового фінансового сектору, сектору науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт та в системах освіти у багатьох країнах [5].

Таким чином, розвиток галузі інформаційних технологій повинен стати одним з пріоритетів при розробці національної стратегії розвитку. Залучення міжнародних інвестицій є вкрай необхідним і дуже важливим задля підтримки конкурентоспроможності галузі процесом. Намагаючись досягти максимально позитивного ефекту, необхідно у той же час пам'ятати про необхідність мінімізації негативного впливу від втрати самостійності українськими підприємствами.

Список джерел (References)

1. Мозговий О. М. Міжнародні фінанси : навч. посібник / О. М. Мозговий, Т. Є. Оболенська. – К.: КНЕУ. – 2005.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність». - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
3. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник / О. А. Кириченко. - 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2002.
4. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібник / За заг. ред. А. І. Кредісова. – 2-ге вид., випр. і доп. - К. : ВІРА-Р, 2002.



5. Литвин А. Є. Особливості розвитку галузі інформаційних технологій / А. Є. Литвин // Актуальні проблеми економіки. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. – №11 (125).– 2011. – С. 300-307.

Одержано 18.12.2016

УДК 338.242(477)

Л. О. Заволока,
старший викладач,А. І. Кушнір,
студентка гр. ДФ-16-1

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У останні роки питанням соціальної відповідальності бізнесу приділяється особлива увага. Актуальність даної теми визначається посиленням уваги до соціально-економічного розвитку держави. З кожним роком зростають вимоги до роботодавців та набувають значення принципи відкритості й прозорості в їх діяльності. Потенційні інвестори все більше приділяють уваги до характеристик конкурентоспроможності компанії, її відношення до навколишнього середовища, соціальної відповідальності та розвитку соціальної сфери. Як наслідок, зростає потреба у розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) вітчизняних підприємств.

Соціальна відповідальність – це філософія компанії, яка характеризує її відношення до суспільства та його соціальних проблем, іншими словами – її місія [3, с.129].

В Україні на даному етапі майже не приділяється увага соціальній відповідальності бізнесу. Зокрема, керівники вітчизняних підприємств сприймають корпоративну соціальну відповідальність як зайве витрачання коштів, яке може мати негативний вплив на діяльність підприємства. Так, можна сказати, що український бізнес не виконує своєї соціальної функції, обмежуючись сплатою податків та виконанням зобов'язань перед державою, встановлених законами.

На сьогоднішній день серед науковців не має єдиної думки щодо необхідності підприємствам бути соціально відповідальними. Американський професор Т. Бош обґрунтовує соціальну відповідальність з юридичного та соціального аспектів. Відповідно до його теорії підприємство зобов'язане суспільству, оскільки останнє дозволяє реалізовувати йому певні привілеї та отримувати прибутки. А. Керолл модель корпоративної соціальної відповідальності зобразив у вигляді чотирьохрівневої піраміди, в основі якої лежить економічна відповідальність, сутність якої зводиться до виробництва підприємством товарів і послуг [1, с.5].

Проте багато економістів не погоджуються з даними твердженнями. Так, М. Фрідмен вважає КСВ джерелом обкрадання власників (акціонерів) шляхом здійснення додаткових витрат у сферу, що не відноситься до професійної компетенції підприємств. Учений наголошує на тому, що витрати на проведення благодійних заходів є нераціональним способом використання корпоративних ресурсів. Він вважає, що бізнес, який дотримується принципів етичної поведінки в процесі своєї діяльності, автоматично ігнорує негативний соціальний ефект, який його діяльність може здійснювати на споживачів та суспільство [4, с. 205].

На нашу думку, соціальна відповідальність підприємств є необхідною в сучасних умовах ведення бізнесу. Використання корпоративної соціальної відповідальності має ряд переваг [2, с. 20-21]:

© Заволока Л. О., Кушнір А. І., 2016



- поліпшення іміджу компанії, ділової репутації та розпізнавання бренда, що посилює позиції на ринку;
- позитивне висвітлення діяльності компанії в ЗМІ, як спосіб додаткової реклами;
- підвищення продажів і лояльності споживачів внаслідок поліпшення іміджу, розпізнавання та вартості бренда;
- зростання продуктивності та поліпшення ефективності виробничих процесів, внаслідок забезпечення на підприємстві стабільного соціального-психологічного мікроклімату;
- зниження плинності кадрів, залучення кращих фахівців на ринку, підвищення мотивації співробітників;
- поліпшення фінансових показників, а саме зменшення суми витрат через те, що ініціативи щодо поліпшення навколишнього середовища підприємства дають можливість зменшити витрати на ведення бізнесу у разі використання екологічно безпечного устаткування;
- можливість залучення інвестиційного капіталу для соціально відповідальних компаній вище, ніж для інших компаній.

До недоліків корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу можна віднести відмову від принципу максимізації прибутку та збільшення витрат.

Для України питання соціальної відповідальності бізнесу є досить болючим і примарним. Українські підприємства постійно знаходяться на етапі виживання, тому про їхню соціальну відповідальність не можливо говорити. Для того, щоб стати на шлях соціально відповідального бізнесу, підприємству потрібно бути успішним і мати наявності вільні кошти. В Україні більшість підприємств вважаються збитковими і не має вільних коштів для фінансування соціальних проектів тощо.

Відсутність підтримки з боку держави є основною перепорою до впровадження соціально відповідального бізнесу в українському середовищі. Влада повинна усвідомлювати, що використовуючи соціально відповідальний бізнес, сприяє соціально-економічному розвитку держави. Таким чином, пропонується створити стимули з боку держави, які б забезпечили переваги від використання КСВ бізнес-структурами. Даними стимулами можуть слугувати податкові пільги, публічне та відкрите лобювання інтересів компаній, які ведуть свою діяльність у відповідності з принципами соціальної відповідальності тощо.

Список джерел (References)

1. Благоев Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю. Е. Благоев // Вестник С.-Петербургского университета. Сер. Менеджмент (2). – 2006. – С. 3-24.
2. Гришова І. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу як чинник соціально-економічного розвитку підприємств / І. Ю. Гришова, М. Ю. Щербята, В. В. Гришов // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – №3. – С. 17-27.
3. Кінаш І. П. Соціальна відповідальність як пріоритетна концепція бізнес-структур / І. П. Кінаш, Л. П. Тичковська // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2011. – Вип. 33, Ч. 1. – С. 127-130.
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Філіп Котлер, Ненсі Лі ; пер. з англ. - С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.

Одержано: 27.11.2016

УДК 338.1(477)

Б. О. Максимова,

Н. В. Коцеруба,

доцент

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Як засвідчує міжнародний досвід, важливою складовою конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво. В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян.

Підприємництво — є однією з найважливіших ознак ринкової економіки і основною передумовою розвитку народного господарства будь-якої країни. Крім цього, розвиток підприємництва країни є своєрідним індикатором характеру змін у зовнішньому середовищі. Слід пам'ятати, що позитивні зміни у зовнішньому середовищі, зокрема, в економіці країни, є неможливими без розвитку підприємництва. Особливо це стосується малого підприємництва як найбільш гнучкої, за відношенням споживчого попиту, ланки.

Світова практика переконливо свідчить, що навіть у країнах з розвинутою ринковою економікою малий бізнес впливає істотним чином на розвиток народного господарства. Він забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, створює глибоку спеціалізацію і кооперацію, без яких немислима його висока ефективність. Здатний не тільки швидко заповнювати ніші, що утворюються в споживчій сфері, але і порівняно швидко спроможний окупатися.

Створює атмосферу конкуренції, середовище і дух підприємництва, без яких ринкова економіка неможлива. По чисельності працюючих, по обсягу і товарів, що реалізуються, що виробляються, робіт, що виконуються, суб'єкти малого підприємництва в окремих країнах грають ведучу роль.

Уряд вважає одним з своїх найважливіших завдань розвиток інвестиційної діяльності, створення вільного доступу до всіх сегментів ринку за єдиними зрозумілими правилами і тому приділяє значну увагу питанням спрямованим на покращення умов ведення підприємницької діяльності та створення сприятливого бізнес-середовища.

Проблеми розвитку підприємництва, як і перспективи його розвитку, є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних вчених-економістів, зокрема О. Барановського, З. Варналія, А. Виноградський, Л. Воротиної, А. Кисельова, Ю. Клочка, Т. Ковальчука, Л. Мельника, С. Мочерного, Ю. Ніколенка, Є. Панченка, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, А. Чухна та інших [1]. Українські економісти досліджували, перш за все, загрози і перспективи розвитку підприємництва у трансформаційний період. Такому періоду притаманне виникнення різного роду деструктивних і конструктивних факторів, вплив яких може призвести як до суттєвих проблем у функціонуванні підприємств, так і слугувати підґрунтям для значних конкурентних переваг, тому проблеми і перспективи становлення і розвитку підприємництва у нашій країні та пошук шляхів його оптимального державного регулювання потребують подальшого усестороннього дослідження.

© Максимова Б. О., Коцеруба Н. В., 2016



Непослідовність у проведенні економічних реформ призвела до того, що перехід від адміністративно-командної системи до ринкової супроводжується зростанням тіньової економіки. При цьому, створюються сприятливі умови для корупції, хабарництва, криміналізації економіки. Так, за даними Міжнародної фінансової корпорації та Світового банку Україна посідає 137 місце серед 185 країн за показниками легкості ведення бізнесу. Україна має найгірші у Східній Європі та Центральній Азії рейтинги з реєстрації майна та закриття неплатоспроможних підприємств.

Недосконалою є чинна податкова система, що характеризується надмірним податковим тиском і обтяжливою системою звітності. Негативно впливають на розвиток підприємництва складні та довготривалі післяреєстраційні процедури суб'єктів підприємництва, надмірне втручання органів державної влади в їхню діяльність.

Розвиток підприємств ускладнюється великим ступенем енергозалежності держави (в Україні частка імпорту в загальному обсягу витрат первинних енергоресурсів перевищує 60%) і високим рівнем енергомісткості внутрішнього виробництва, який у 2,5 рази перевищує аналогічний показник у країнах ЄС.

Динаміка цін вітчизняних виробників залежить від зміни цін на імпортовані енергоресурси. Це спричинено високим рівнем енергомісткості фундаментальних галузей національної економіки, а також присутністю витрат на енергоспоживання у собівартості практично всіх товарів і послуг. Для виробництва значні наслідки спричинило зниження зовнішньоторговельних потоків внаслідок кризового скорочення попиту на вітчизняний експорт, насамперед, металургійної продукції. Також скоротився споживчий попит населення через зниження реальних доходів, зумовленого поширенням рецесійних явищ у національній економіці.

Розглянемо, як вплинули усі ці чинники на розвиток підприємств в Україні [2].

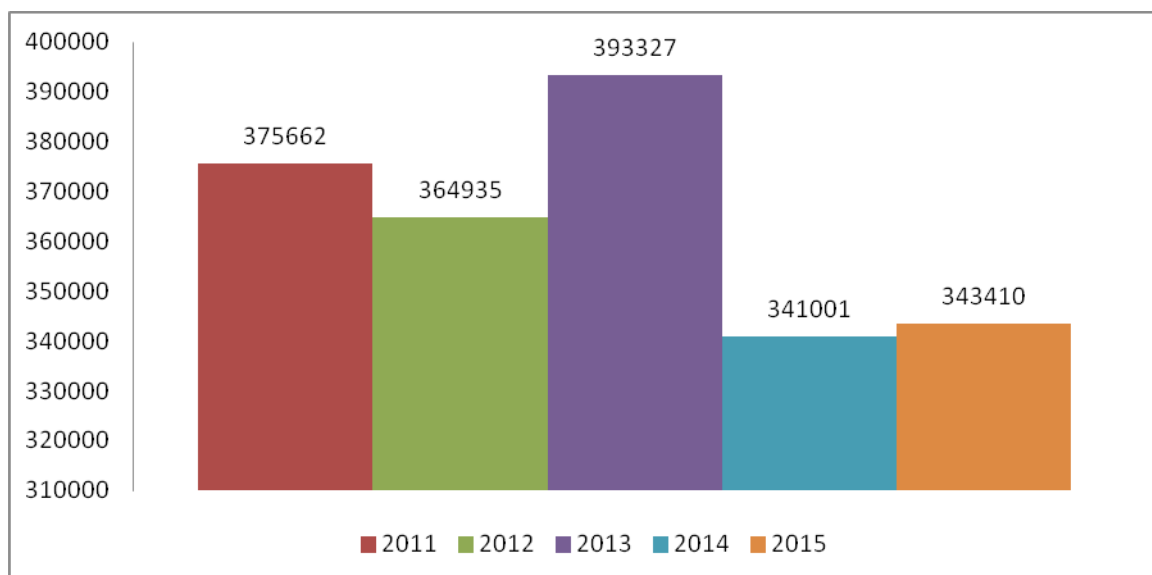


Рис.1. Кількість підприємств на території України за 2011-2015рр.

Відсутність сталої позитивної динаміки розвитку підприємств в Україні свідчить як про наявність суттєвих проблем, що стримують його розвиток, так і про потребу у

формуванні та реалізації адекватної та ефективної державної політики у сфері підтримки їх розвитку.

Як ми бачимо, у 2013 році спостерігається найбільша кількість підприємств, але за останні роки вона знизалась на 49917 тис. у 2015 році. Це є негативною тенденцією, що означає, що українські підприємства не можуть протистояти усім внутрішнім і зовнішнім чинникам впливу.

Для того, щоб покращити цю статистику необхідно періодично проводити економічний аналіз діяльності підприємства, враховувати усі чинники, які впливають на дохідність підприємства. Аналіз господарської та фінансової діяльності є невід'ємним кроком у досягненні постійних прибутків та високої рентабельності підприємства.

Як стверджують самі підприємці, найхарактернішими факторами, які гальмують розвиток підприємств є :

- організаційно-правові труднощі започаткування бізнесу, особливо на стадії переходу від реєстрації до початку діяльності;
- недоступність кредитних ресурсів як для започаткування, так і для ведення бізнесу чи його відновлення;
- недостатні зв'язки з міжнародними фінансовими організаціями по залученню інвестицій і гарантій;
- неоднозначність та суперечливість чинної нормативно-правової бази;
- несприятлива податкова політика;
- громізка система бухгалтерського обліку та звітності;
- криза неплатежів та проблеми з формуванням нових взаємозв'язків, каналів збуту [3].

Отже, на даному етапі розвитку економіки України створення нових підприємств є дещо складним етапом, який є не вигідним для підприємців. Щоб покращити негативну статистику розвитку підприємств, потрібно вжити наступних заходів:

- впровадити порядок кредитування комерційними банками під гарантії бюджетних коштів;
- удосконалення податкової політики;
- стимулювання розвитку підприємництва в галузях, що забезпечують найвищу ефективність суспільного виробництва та його конкурентоспроможність завдяки використанню досягнень науково-технічного прогресу, ресурсозберігаючих технологій, випуску принципово нових видів продукції;
- орієнтація на експорт, що вимагає створення наукомістких робочих місць з метою використання інтелектуального потенціалу у виготовленні високоякісної продукції.

Список джерел (References)

1. Кручок С. Г. Оцінка фінансового стану підприємств / С. Г. Кручок // Фінанси України. - 2009. - № 8.
2. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання [Електронний ресурс]. - 2016. - Режим доступу до ресурсу : <https://ukrstat.org>.
3. Бандитська О. В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / О. В. Бандитська // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - №10.

Одержано 06.12.2016

УДК 339.9(477)

М. Р. Демида,

Н. В. Чайка,

асистент

ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ УКРАЇНИ

Глобалізація є однією з основних характеристик сучасного розвитку світу. На сьогодні вона охоплює майже всі сфери життєдіяльності людини, та її вплив стає дедалі відчутнішим. Особливу актуальність нині має дослідження проблем та особливостей економічної, зокрема фінансової глобалізації, що посилюється й майбутнім членством України в глобальній торговельній системі Світової організації торгівлі.

Сучасні проблеми та тенденції розвитку глобалізаційних процесів досліджуються різними науками та науковими школами, тож однозначного трактування терміна «глобалізація» не існує.

Відомий учений Т. Левіт, який увів у науковий обіг даний термін, визначав глобалізацію як феномен злиття ринків окремих продуктів, що виробляються транснаціональними компаніями.

Глобалізація є найвищою стадією інтернаціоналізації всіх чинників виробництва та, охоплюючи всі національні економіки, поступово формує цілісну економічну систему світу.

Фінансова глобалізація є одним із процесів глобалізації, який розуміють як вільний та ефективний рух капіталів між країнами та регіонами, функціонування глобального ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізацію глобальних фінансових стратегій ТНК та транснаціональних банків. У найширшому розумінні фінансова глобалізація є ідеологією, політикою та практикою об'єднання національних грошових систем шляхом їх заміщення «світовими грошима».

Враховуючи актуальність дослідження глобалізаційних процесів, чимало іноземних і вітчизняних економістів присвятили свої праці даній проблематиці, серед них слід відзначити М. Алле, О. Білоруса, П. Герста та Г. Томпсона, Г. Колодко, Д. Гелда, Г. Аніловську та Л. Яремко, В. Лукашевича, Д. Лук'яненка, Т. Циганкову, А. Філіпенко, З. Луцишин, С. Сіденко, А. Кредисова.

Проблемами вимірювання темпів розвитку глобалізаційних процесів у цілому та у світових фінансах зокрема присвячені праці вітчизняних та іноземних учених, зокрема Т. Андерсена та Т. Хербертсона, Д. Хансона, П. Хо нохана та Д. Маджоні, Б. Губського, О. Рогача, С. Переслегина.

Крім того, значний внесок у розв'язання проблеми оцінювання глобалізації та розробки її індикаторів зробили експерти Організації економічного співробітництва та розвитку, журналу «Foreign policy» та консультативної фірми А. Т. Kearney.

Сучасний етап розвитку глобалізаційних процесів характеризується цілою низкою особливостей, серед яких слід відзначити ключові.

Ймовірним є уповільнення глобалізаційних процесів. Досліджуючи ідеї циклічного глобального розвитку світу прадавніх філософів, історичний досвід, еволюцію процесу глобалізації економіки та фінансів, аналізуючи праці вітчизняних

© Демида М. Р., Чайка Н. В., 2016



та західних експертів, а також сучасні тенденції розвитку світового господарства, було отримано висновок, що слід розрізняти ступені інтенсивності розвитку глобалізації.

Розвиток фінансової глобалізації проходить у рамках сучасних течій філософії, що характеризуються трансформацією від модерну до постмодерну [1]. Характерними рисами постмодерну є відхід від ідеалів демократії та гуманізму, поділ суспільства на найбільш гідних та інших, визнання природного ринкового відбору та жорсткої конкуренції тощо.

Глобальний капітал має тенденцію до переливу між розвинутими ринками, а слаборозвинені відчувають постійну нестачу в ньому, внаслідок цього фінансові центри, промислово розвинуті країни стають ще багатшими, а бідні – ще біднішими.

Незважаючи на той факт, що чим глобалізованіша країна, тим менший обсяг функцій держави реалізується на національному рівні, роль держави в умовах фінансової глобалізації залишається вагомим.

Пріоритетними напрямками державної діяльності в Україні в таких умовах мають бути [2]:

- вдосконалення та контроль податкової функції (передусім це може бути досягнуто за умови поступового зниження податкового навантаження на економіку та посилення контролю за повнотою сплати податків);
- законодавче стимулювання розширення доступу до глобальних фінансових інструментів та глобальних фінансових ринків у цілому;
- державна підтримка та стимулювання розвитку неурядових організацій;
- активізація участі у процесі координації податкової та в цілому фінансової політики країн світу та у опрацюванні спільних стандартів з метою обстоювання національних інтересів України.

Це пояснюється, передусім, уповільненням реформ у ключових секторах (таких; як телекомунікації), політичною нестабільністю та корупцією в країні.

Рівень глобалізації фінансових інститутів залежить від таких чинників, як кількість банків з іноземним капіталом, що працюють у даній країні, зокрема банків зі 100-відсотковим іноземним капіталом, обсяги їх статутного капіталу, кількість іноземних філій вітчизняних банків, кількість міжнародних фінансових бірж на території даної країни, кількість міжнародних фінансових організацій, що здійснюють свою діяльність на території даної країни. Банківська система України дедалі більше відчуває на собі процес фінансової лібералізації, що супроводжує вступ України до Світової організації торгівлі.

Отже, фінансова глобалізація в Україні вимагає наступних змін:

- 1) по-перше, у процесі лібералізації фінансового сектора України та її подальшої інтеграції до міжнародного фінансового середовища необхідно брати до уваги такі ключові особливості розвитку фінансової глобалізації на сучасному етапі;
- 2) по-друге, фінансова система України дедалі більше підпадає під вплив процесу фінансової глобалізації, про що свідчить швидке зростання всіх ключових індикаторів фінансової глобалізації протягом останніх років

Також, на сьогодні характерним для України є збільшення частки участі іноземного капіталу у сукупному статутному капіталі банківських систем даних країн на фоні незмінних мізерних показників щодо виходу українських і російських банків на зовнішні ринки.



Список джерел (References)

1. Колодко Г. В. Глобалізація і перспективи розвитку постсоціалістичних країн. / Г. В. Колодко. – К. : Вид-во «Основні цінності», 2009. – 248 с.
2. Гелд Д. Глобалізація / антиглобалізація / Дейвід Гелд, Ентоні Мак-Грю; пер. з англ. І. Андрущенко. – К. : К.І. С. – 2010. – №3. – С. 87

Одержано 06.12.2016



УДК 330.322:005.21:631.24

Д. П. Волинець,

магістр,

volinecdenis@gmail.com

ФОРМУВАННЯ ЕТАПІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК МЕТОД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

У сучасних умовах розвитку господарювання одним із важливих факторів розвитку підприємств та економіки загалом є інвестиційний фактор, який впливає на забезпечення конкурентоспроможності. Практика господарювання свідчить, що це можливо лише завдяки наявності інвестиційних ресурсів, які сприяють розширенню внутрішнього ринку, створюють базис для стійкого економічного та соціального розвитку національної економіки. Інвестиції є основою технічного прогресу, запорукою підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання. Тому, для забезпечення інвестиційної привабливості необхідно розробляти ефективну інвестиційну стратегію.

Сьогодні керівники підприємств стикаються з необхідністю приймати управлінські рішення, зокрема щодо інвестицій, в умовах високого ступеня невизначеності наслідків цих рішень. Процес прийняття інвестиційних рішень ґрунтується на принципах стратегічного інвестиційного планування, яке повинне забезпечити узгодження довгострокових цілей підприємства з необхідними для їх досягнення ресурсами.

Інвестиційна стратегія – це процес формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання і вибір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення на базі прогнозування умов здійснення цієї діяльності з урахуванням кон'юнктури інвестиційного ринку і його окремих сегментів [1].

Досліджуючи роботи інших авторів які займалися вивченням даної теми, можна відзначити, що немає єдиної думки щодо формування етапів процесу розробки інвестиційної стратегії. Томи ми пропонуємо розробити свій алгоритм формування етапів (Рис.1.).

Першим етапом формування інвестиційної стратегії підприємства є визначення періоду формування та реалізації. Для більш коректного формування інвестиційної стратегії необхідно передбачити та спрогнозувати розвиток економіки та інвестиційного ринку. За умов непередбачуваності та нестабільності економіки доцільно формувати інвестиційну стратегію не більше як на 3-4 роки, тоді як в більш розвинених країнах цей період розробляється на 10-12 років.

Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності повинно формуватися насамперед із системи цілей загальної стратегії розвитку. Ці цілі можуть бути сформованими у вигляді збільшення рівня прибутку інвестицій, приросту капіталу, загального доходу від інвестиційної діяльності. Наступним кроком ми, вважаємо за доцільним провести аналіз підприємства, визначення його слабких та сильних сторін з точки зору інвестиційної діяльності. Для здійснення даного аналізу доцільно буде використати SWOT – аналіз, для більш широкого та повного розуміння стану підприємства.

© Волинець Д.П., 2016

Наступним етапом пропонуємо виявлення основних параметрів розвитку інвестиційної діяльності підприємства, що забезпечують реалізацію її головної мети, можуть бути підтримані за рахунок сприятливих умов майбутньої динаміки зовнішніх та внутрішніх чинників.

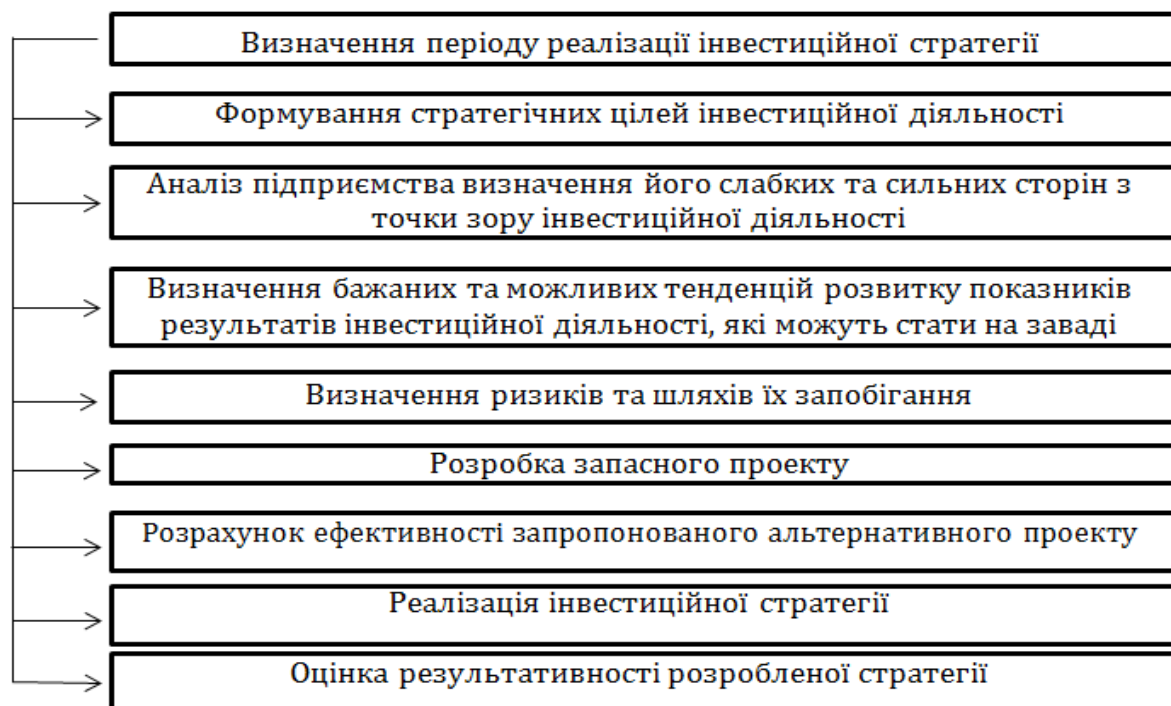


Рис.1. Процес розробки інвестиційної стратегії підприємства

Це дозволяє виявити позитивний вплив розвитку зовнішнього інвестиційного середовища. Дослідивши бажані тенденції розвитку необхідно визначити ризики та шляхи їх запобігання, це дасть змогу швидко зорієнтуватись у неплановій ситуації та дозволить застосувати запасний проект який буде розроблений наступним кроком.

Наступний крок – це розрахунок ефективності запропонованих запасних проектів та вибір найбільш ефективного. У випадку, коли проекти є неефективними, необхідно застосувати запасний або альтернативний проект який був розроблений на попередньому етапі. Після реалізації інвестиційної стратегії потрібно здійснити оцінку результативності розробленої альтернативної інвестиційної стратегії. Результати необхідно порівняти з поставленими цілями. У випадку неможливості досягнення поставлених цілей, потрібно відкоригувати цілі й процес формування стратегії знову повторюється.

Запропонований нами комперативний аналіз (наукова новизна) етапів формування інвестиційної стратегії на основі досліджень дає змогу системно дослідити даний процес та виділити головні етапи для їх структурування, що дозволяє запропонувати іншу логіку формування етапів інвестиційної стратегії.



Список джерел (References)

1. Менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/investitsijnij-menedzhment/4048-investitsijna-strategiya-i-jiji-formuvannya.html>.
2. Свобода Т. І. Обґрунтування інвестиційної стратегії підприємства. / Т.І. Свобода // Науково-практична інтернет-конференція. - Режим доступу : <http://intkonf.org/svoboda-t-i-obgruntuvannya-investitsiynoyi-strategiyipidpriemstva>.

Одержано 30.11.2016

УДК 338.436

О. Я. Маліновська,

О. О. Браточенко,

ol.brat690146@gmail.com

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Агропромисловий комплекс (АПК) є однією з найбільш розвинутих галузей України. На сьогоднішній день, для того щоб забезпечити високий рівень розвитку країни, необхідно підвищити рівень конкурентоздатності даної галузі.

Конкурентоспроможність агропромислового сектору є багатограним поняттям, яке характеризує його здатність конкурувати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Україна має значні можливості для розвитку аграрного сектору та перетворення його у високоефективну сферу економіки. Сприятливі ґрунтово-кліматичні передумови, родючі землі сприяють подальшому його розвитку, отриманню врожаїв сільськогосподарських культур в обсягах, достатніх для забезпечення внутрішніх потреб і формування експортного потенціалу [5].

Проте, разом з цим в АПК існує низка проблем, що погіршують конкурентоспроможність продукції даної галузі на міжнародному ринку. Серед чинників, що перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності, можна виділити такі, як: низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи, нерозвиненість інфраструктури АПК, недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними, недостатність державного цільового фінансування науково-прикладних розробок [2].

Також слід зазначити використання застарілих технологій у виробництві, що пояснюється нестачею фінансування та інноваційного розвитку в Україні.

Згідно з даними Міністерства економіки та торгівлі України, у структурі експорту товарів найбільшу частку складала продукція АПК та харчової промисловості (41,3%), проте у рейтингу «Індексу глобальної конкурентоспроможності 2015–2016» Україна знаходиться на 79 місці зі 140 країн, пустившись порівняно з попереднім роком на 3 сходинки, що вказує на недостатність рівня конкурентоспроможності на світовому ринку української продукції і АПК загалом [3].

Наразі агропромисловий комплекс в Україні є одним із ключових секторів економіки:

- він формує 24% випуску продукції та 18% ВВП країни;
- продукція АПК становить 38,2% товарного експорту (у 2015 році це 14,6 млрд. дол. США – з I по IV групу УКТЗЕД), при цьому на країни Азії припадає 47,2% експорту вітчизняної агропромислової продукції, ЄС – 27,9%;
- з виробництва зернових культур та соняшникової олії Україна сьогодні входить у сімку світових лідерів;
- сільське господарство є найбільш стабільно працюючим сектором економіки. Так, сільськогосподарське виробництво в останні 10 років переважно демонструвало позитивну щорічну динаміку за виключенням деяких років, коли переважали негативні фактори впливу природно-кліматичних умов.

© Маліновська О. Я., Браточенко О. О., 2016

Про низький загальний обсяг державної підтримки сільського господарства в Україні порівняно з іншими країнами також свідчить оцінка підтримки виробника (Producer Support Estimate – PSE), що проводить Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Так, в ЄС 21% валової сільськогосподарської продукції компенсується державою за рахунок різних програм державної підтримки, Туреччині – 23%, РФ – 12%, Канаді – 11%, США – 7%, в той час як в Україні – 1-1,5% [1].

Виходячи з вищенаведених даних, доцільно застосувати такі шляхи підвищення конкурентоспроможності АПК України: використовувати сучасну техніку та застосовувати інновації у технології виробництва, дотримуватись стандартів міжнародного рівня якості сировини та матеріалів, підвищити рівень державної підтримки сільського господарства, ефективно використовувати природно-ресурсний потенціал України та використовувати досвід європейських країн у регулюванні аграрного сектору.

Список джерел (References)

1. Данилишин Б. Нова державна підтримка агропромислового комплексу – шлях в нікуди [Електронний ресурс] / Богдан Данилишин // LB.ua. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://lb.ua/economics/2016/04/07/332278_nova_derzhavna_pidtrimka.html.
2. Дугієнко Н. О Конкурентоспроможність АПК України в умовах євроінтеграції [Електронний ресурс] / Н. О. Дугієнко, О. О. Симоненко // Глобальні та національні проблеми економіки / Миколаївський нац. ун-т ім. В. О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 5. – Режим доступу до ресурсу : <http://globalnational.in.ua/archive/5-2015/17.pdf>.
3. Експорт товарів України (за підсумками 5 місяців 2016 року) [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e8460cb7-8955-490d-ae63-4b4a9ef9bb8b&title=EksportTovarivIPoslugUkraini-zaPidsumkamiIKvartalu2016-Roku->.
4. Маліновська О. Я. Проблема фінансового забезпечення та кредитоспроможності аграрних підприємств країни у післякризовий період / О. Я. Маліновська, Н. Л. П'ятниця // Вісн. Нац. лісотех. ун-ту України : [зб. наук. праць] / Нац. лісотех. ун-т. – Львів : Вид-во Львів. – 2013. – № 23.7. – С. 260-265.
5. Сусіденко Ю. В. Теоретичні основи та чинники конкурентоспроможності АПК України [Електронний ресурс] / Ю. В. Сусіденко // Ефективна економіка. – 2011. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=798>.

Одержано 13.12.2016.

УДК 338.43

С. С. Земба

СВІТОВИЙ ДОСВІД СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ОПТОВИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ РИНКІВ

Сучасний оптовий ринок сільськогосподарської продукції в Україні займає чільне місце. Проте на даний час, не дивлячись на значний розвиток великих оптових сільськогосподарських ринків, завданням нинішньої влади є підтримка у ініціативах агробізнесу, зміна стереотипів мислення на розвиток та інновації саме малих продовольчих ринків. Це покращить стан економіки України в цілому, та зможе вивести національні ринки на більш високі – європейські та світові ринки. Адже основною відмінністю таких ринків є те, що на них здійснюється торгівля великими обсягами продукції між господарюючими суб'єктами не для власного споживання, а для подальшого її продажу кінцевому споживачу через роздрібну торгівлю або для виробничого чи іншого використання.

Метою дослідження є виявити та дослідити головні особливості становлення світових національних сільськогосподарських ринків. Завданнями статті є:

- дослідити розвиток оптових сільськогосподарських ринків Англії;
- виявити та розкрити досвід становлення оптових продовольчих ринків Франції;
- дослідити становлення та розвиток сільськогосподарських оптових ринків Іспанії;
- розкрити головні особливості становлення національного сільськогосподарського ринку Польщі;
- дослідити етапи становлення та перспективи розвитку національного сільськогосподарського ринку України.

У ринковій економіці оптові ринки є одним з найважливіших елементів системи руху товарів, інструментом, який упорядковує і стимулює розподіл сільськогосподарської продукції.

Розвиток мережі оптових продовольчих ринків визначений проблемами продовольчого забезпечення країни. Розпад державної централізованої оптової торгівлі продовольчими товарами, приватизація оптових і роздрібних підприємств, ліквідація централізованої системи розподілу сільськогосподарської продукції та продовольства сприяли руйнуванню системи просування продовольчих товарів до споживачів, що склалася. Все це вимагало знаходження нових підходів до організації оптової торгівлі та руху продовольчих товарів і сільськогосподарської сировини.

Проблемам становлення та розвитку ринку сільськогосподарської продукції та його удосконаленню присвятили свої праці такі вчені: Белявцев М.Л. [1], Березін О.В. [2], Білоусова О. Н. [3], Шестопалова Л.В. [1]. та ін.

Оптові продовольчі ринки (ОПР) - це місце купівлі-продажу конкурентоспроможної сільськогосподарської сировини і продовольства оптовими і роздрібними торговельними підприємствами і приватними торговцями [1, с. 332].

Однією з головних проблем вітчизняного АПК сьогодні є сфера збуту сільськогосподарської продукції. «Я не знаю, що буде на ринку сьогодні. Я не знаю, що буде на ринку завтра. Але є той, хто знає. Це ринок. Ринок знає все. Тому я буду йти за тим, хто знає, куди йде». Ця економічна притча красномовно показує вплив

© Земба С. С., 2016



ринкових механізмів на формування виробництва, зокрема сільськогосподарського [10]. Незважаючи на те, що адаптація українського виробництва агропродукції до функціонування в умовах ринкової економіки відбувається вже досить тривалий час, проте система збуту залишається найвразливішим місцем. Нинішня інфраструктура аграрного ринку не орієнтована на швидке просування відповідної продукції до споживачів. При цьому втратів зазнають як товаровиробники, так і ті, хто купує їх продукцію. У виграші лише перекупники, на чиї непрозорі умови купівлі-продажу змушені погоджуватися не тільки приватні господарства, але й великі сільгосптовариства. Вітчизняні бізнесмени впевнені, що сформувати ефективні ринкові механізми можна лише створивши продовольчі оптові (гуртові) ринки, які згодом переростуть у регіональні аграрні центри.

Світовий досвід стверджує, що оптові ринки сільгосппродукції (ОРСП) - єдина можливість перейти від стихійної торгівлі до прогнозованої та підпорядкованої чітким правилам. Діяльність ринків багатьох європейських держав - яскраве тому підтвердження [10].

Згідно Закону України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», під даною категорією розуміють юридичну особу, предметом діяльності якої є надання послуг, що забезпечують здійснення оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією і якій в установленому порядку надано статус оптового ринку сільськогосподарської продукції [8].

Найголовніша послуга, яку надає ОРСП продавцям продукції, — торгові місця та покупці. Для оптового ринку найважливішим є оптові покупці, вимоги яких відрізняються від вимог роздрібного покупця.

Аналізуючи інші вигоди для сільгоспвиробників, варто згадати, що ОРСП це ще й потужні інформаційні центри. Тут говориться не тільки про ціни на продукцію, а й про те що ОРСП є ще й великими виставковими центрами, де можна і себе показати, і на конкурентів подивитися. На таких ринках розташовують, як правило, свої представництва найбільші постачальники засобів виробництва (насіння, саджанці, міні-техніку). Тут можна отримати кредит у банку, застрахувати майбутній урожай, знайти замовника на продукцію, проконсультуватися із фахівцями: ветеринарами, агрономами, маркетологами, юристами.

Історичний досвід більшості закордонних країн показав, що сьогодні самою прийнятною та оптимальною системою розподілу швидкопсувної продукції є та, у якій ключовою ланкою виступає оптовий продовольчий ринок. Тому не випадково уряд таких країн, як Франція, Іспанія, Німеччина, Японія, Австралія активно та багатогранно бере участь у створенні оптових продовольчих ринків: починаючи від великомасштабного фінансування і закінчуючи прийняттям законів і нормативних актів, які стимулюють їхнє ефективне функціонування та розвиток.

Практично в усіх великих містах Бельгії, Німеччині, Іспанії, Франції, Італії, США та інших країн такі ринки існують вже багато років. Вони є потужними базами, де виробники, фермери та зовнішні оптовики безпосередньо продають сільськогосподарську продукцію підприємцям сфери переробки і власникам різних магазинів.

Один з перших оптових продовольчих ринків виник в Англії в XI-XII ст. і до сьогоднішнього дня він юридично захищений королівським указом, в якому встановлені права та обов'язки ринку щодо забезпечення необхідних умов для розміщення товарів і людей, надійності та безпеки пропозицій і попиту, фінансового захисту операцій. Встановлені також і правила поведінки партнерів на ринку. Після

Другої світової війни в Західній Європі оптові продовольчі ринки зайняли провідне місце в продовольчій розподільній системі. Понад 30 років тому оптові продовольчі ринки 30 країн створили Всесвітній Союз ОНР, що є деякою протиположністю монополістам та іншим олігархічним структурам, що діють на продовольчому ринку світу. Головне завдання Всесвітнього Союзу ОНР - формування методів, механізмів та інструментів боротьби з бідністю. В усьому світі визнається, що ОНР - це місце суспільної оцінки продовольчих товарів без втручання монополій, «природний інструмент» економічної рівноваги [5].

У Франції продаж свіжого продовольства є важливим видом діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції та незалежних роздрібних торговельників, хоча супермаркети й завоювали значну частку ринку в бакалійному секторі. Частка оптових ринків у загальному обороті овочів досягає майже 50%, а у Парижі тільки частка ринку "Рюнжі" (Marche de gros Rungis) досягає 60% всього продовольчого обороту міста.

"Рюнжі" є найбільшим оптовим ринком сільськогосподарської продукції в Європі, який був заснований у 1969 році та обслуговує понад 18 млн людей. Його площа складає 232 га, а річний товарообіг — понад 3 млн. тонн продукції на суму близько 5,4 млрд євро [5]. "Рюнжі" розташований за шість кілометрів на південь від Парижа, на перехресті основних автомобільних шляхів і поблизу міжнародного аеропорту "Орлі". Ринком "Рюнжі" володіє акціонерне товариство "Семмарі" (Semmaris), 57% акцій якого належать державі, 16,5% — муніципалітету Парижа, а також великим оптовим компаніям та кооперативним об'єднанням. У цілому на ринку працює 1,3 тис. компаній, включаючи близько 500 оптовиків, 156 брокерів і зовнішньоторговельних компаній, 400 виробників сільгосппродукції і продуктів харчування [5].

Як зазначають фахівці, процвітання оптового ринку "Рюнжі" можна пояснити чіткою урядовою політикою, що спрямована на захист діяльності малих і середніх оптових і роздрібних торговців. Як наслідок, адміністрація ринку переконана, що уряд держави ще на двадцять років продовжить концесію на землю, надану ринку "Рюнжі".

Також характерним прикладом, який показує роль оптових ринків у загальній економічній політиці держави, є Іспанія. Перед вступом цієї країни до ЄС було розпочато процес упорядкування оптового розподілу продуктів харчування. Так, у середині 60-х років ХХ століття уряд цієї країни прийняв рішення розробити та впровадити програму вдосконалення постачання міського населення продовольством, орієнтуючись на наступних чинниках: оптимальне розміщення ринків та врегулювання вулично – транспортного руху в містах у цілому; ефективне планування відповідно до зростання населення міст і використання земель під підприємства торгівлі; постачання сучасного технічного устаткування для завантаження – розвантаження та збереження продуктів харчування, які швидко псуються; поєднання державних інтересів із взаємною вигодою конкуруючих приватних підприємств, що функціонують у сфері постачання продуктами харчування тощо [5].

Для здійснення цієї політики урядом Іспанії було створено акціонерне товариство "Меркаса" (Mercasa), основним завданням якого стала перевірка діяльності та модернізація центральних оптових ринків найбільших міст цієї країни шляхом створення спільних товариств на базі муніципалітетів за участю приватних підприємців, які добровільно висловили бажання взяти пайову участь в акціонерному капіталі.



Слід зазначити, що Міністерству сільського господарства Іспанії належить 60% статутного капіталу "Меркаса", а Міністерству економіки Іспанії — 40%. Разом з тим, цьому акціонерному товариству належить, зокрема, 48% статутного капіталу центрального сільськогосподарського ринку Мадрида (Mercamadrid), заснованого у 1982 році. До речі, загальна площа забудови цього відомого у світі ринку складає 900 тис. кв. м, у т.ч. 420 тис. кв. м відведено під склади і холодильники для свіжої сільськогосподарської продукції. На ринку працює близько 1 тис. компаній та підприємств, що обслуговують близько 5 млн людей [5]. Однак ОРСП у Іспанії неоднакові, наприклад, Меркамадрид є універсальним, адже звідси с/г продукти постачаються не тільки в межах країни, але й в США, Південну Америку, Італію, Францію тощо. Інші, як Меркаваленсія, забезпечують продуктами харчування найближчу місцевість, а Меркабарселона обслуговує цілий регіон.

На сьогодні в Польщі створено шість регіональних оптових ринків: "Познань", "Броніше" (Варшава), "Гданськ", "Люблін", "Лодзь", "Вроцлав". Всі ці ринки було створено за фінансової і організаційної підтримки місцевої влади та польських банків. Крім шести великих регіональних оптових ринків, існують також місцеві ринки, що обслуговують великі міста. Слід зазначити, що польські оптові ринки одержали високу схвальну оцінку з боку багатьох представників ЄС та ЄБРР (Європейський банк реконструкції та розвитку).

Зокрема, оптовий ринок с/г та харчової продукції в польському місті Броніше, що поблизу Варшави, є акціонерним товариством, площею понад 60 га. На думку експертів, він є найсучаснішим у Центральній та Східній Європі. За даними фахівців, акціонерний капітал компанії складає 113 млн польських злотих. При цьому капітал приватних акціонерів складає 30%, а вартість будівництва ринку склала 57 млн. дол. США [5].

За підрахунками експертів, річний товарообіг ринку складає близько 1 млн тонн на рік, при цьому близько 30% покупців є жителями Варшави, 40% — жителі сусідніх воєводств, решта — з віддалених місць, зокрема й з України (усього 14 млн споживачів) [5].

Також потужною є діяльність закордонних ОРСП в Аргентині (центральный ринок Mercado Central de Buenos Aires — обслуговує 14 млн споживачів), Мексиці (Central de Abasto de la Ciudad de Mexico — обслуговує 20 млн споживачів), у Китаї (оптовий ринок Пекіну Beijing Xin Fa Di Agricultural Products Wholesale Market — забезпечує продовольством 70% жителів столиці), Італії (центральный ринок Риму Centro Agroalimentare Roma — обслуговує 16 млн споживачів) та в інших країнах світу [5].

За даними обстеження 2008 року Світової асоціації оптових ринків (WUWM), загальна площа всіх гуртових ринків (тільки членів WUWM) становить 5,6 тис. га. Найбільшим за територією серед ОРСП є Sidney Market (Австралія), що розмістився на 673 га, серед європейських — Mercasevilla S. A. (Іспанія) — 444 га, а Velikopolska Giela (Польща) — 120 га (був донедавна найбільшим ОРСП Східної Європи).

Щодня вони приймають 550 тис. відвідувачів і обслуговують 20% населення світу. Сукупний оборот операторів цих ринків перевищує 55 млрд євро, а сукупний обсяг реалізованої продукції — понад 54 млн тонн.

Плодово-овочева продукція реалізується практично на всіх ринках — 98%. Половина ринків займається до того ж реалізацією м'ясо-молочної продукції, дві третини ринків — реалізацією риби та морепродуктів; понад половина торгує квітами.

Близько 50% цих ринків перебувають у державній власності, 32% — у напівдержавній. Лише 13% ринків повністю приватизовано [6].

Попри світовий досвід діяльності оптових ринків та існуючі передумови для їхнього створення, в Україні існує проблема зі створенням сучасних оптових ринків сільськогосподарської продукції. Нерідко їх плутають зі звичайними продовольчими ринками [3, с. 27].

Основною діяльністю звичайних продовольчих та оптових ринків сільськогосподарської продукції є надання послуг з організації торгівлі. Тому часто зустрічається ототожнення поняття таких ринків. Продуктові ринки міст і великих сіл обладнані спеціально відведеними місцями або цілими павільйонами для продажу молока та молочної продукції, м'яса та продуктів його переробки, овочів та фруктів тощо. На цих ринках можна вроздріб придбати продукцію пересічним споживачам [4].

На сьогодні статус ОРСП наказом Мінагрополітики надано юридичним особам у Львівській, Київській, Запорізькій, Одеській, Донецькій, Харківській, Херсонській, Рівненській, Луганській, Миколаївській областях і в місті Маріуполь.

Піонером становлення оптових ринків України нині є ОРСП «Шувар», що залишається реально найбільшим і повноцінно діючим гуртовим ринком. Він урахував усі помилки оптових ринків Польщі й інших країн Центральної та Західної Європи. Щороку через ринок продається близько півмільйона тон сільгосппродукції. Виробники для продажу власної сільгосппродукції можуть використовувати як майданчик для торгівлі з автомобілів, так і спеціалізовані павільйони. Наприклад, павільйон «Овочі – фрукти» має площу 4368 м², на якій розміщено 60 торгових місць, овочесховище площею 1680 м², складські приміщення загального користування — 336 м². Торгові приміщення забезпечено комунікаціями — водопостачанням, каналізацією, електроживленням [6].

18 – 20 травня 2016 року в Любліні (Польща) відбулася конференція Світової Асоціації Оптових Ринків (WUWM). В конференції також прийняла участь і Україна. Директор Оптового ринку «Шувар» (Львів, Україна) Роман Федішин присвятив свою презентацію проблемам розвитку системи оптових ринків в Україні. Ринок «Шувар» був організований в 2000 році і сьогодні займає площу 20 га, об'єм транзакцій – понад 500 тис. тонн в рік. У 2011 р поблизу Києва на ділянці площею 160 га був побудований ринок «Столичний», оборот якого – 200 тис. тонн в рік.

Федішин навів деякі дані про інфраструктуру ринку «Шувар», що включає зони торгівлі м'ясної, рибної продукцією, овочами, фруктами і квітами. Зона торгівлі з автомобілів займає площу 40 тис кв. м. У зоні обладнані 650 торгових місць. Обсяг продажів – 400 тис. тонн в рік. Площа павільйону «Фрукти – овочі» становить 8,5 тис. кв. м. У павільйоні розташувалися 64 оператора, обсяг продажів яких 60 тис. тонн в рік. Термінал «Риба і морепродукти» відкрився в 2011 р і на сьогоднішній день в ньому продають 8 тис. тонн продукції на рік. Площа терміналу – 4,8 тис. кв. м. Трьома роками раніше був введений в експлуатацію павільйон «М'ясо і м'ясопродукти» площею 5 тис кв. м, товарообіг якого – 27 тис. тонн в рік. Квітковий сектор ринку, обладнаний у 2002 році, займає площу 4,9 тис кв. м. Загальний обсяг інвестицій в організацію ринку склав 30 млн. євро [7].

У жовтні 2011 року керівники оптових продовольчих ринків Польщі, Угорщини, Румунії, Хорватії, Боснії та Герцеговини, Албанії, а також України зібралися у Києві на оптовому ринку «Столичний». Що цікаво: зазначені ринки є членами Асоціації оптових ринків Центральної та Східної Європи (Central European Initiative Wholesale Markets Foundation, CEI WMF). Сама CEI WMF утворена у липні 1999-го за підтримки

Європейського Банку Реконструкції і Розвитку (EBRD), Центральної Європейської Ініціативи (CEI), Продовольчої та Сільськогосподарської Організації (FAO) і Європейської економічної комісії ООН (UNECE). Про український успіх на шляху розбудови оптовиків сільгосппродукції свідчить і той факт, що члени CEI WMF обрали головою Ради організації українця Романа Федішина, чий авторитет в Україні є незаперечним. Бо саме зі львівського оптового ринку «Шувар», створеного наполегливою працею Романа та його колег, починається історія оптовиків в Україні [10].

Структура різних оптових ринків, як правило, мало чим відрізняється. Та все ж окремі ОРСП мають чи планують мати особливості. Наприклад, Херсонський ОРСП «Янтар» планує створити 5 локальних логістичних центрів, які виконуватимуть роль регіональних торговельно-виробничих майданчиків. Планується також, що цей ринок матиме унікальні «ворота» на світовий продовольчий ринок — річковий інтермодальний термінал, через який морськими шляхами продукція направлятиметься на експорт.

Набирає обертів торгівля на ринку «Столичний», що на Окружній у Києві. За розмірами своєї території (160 га це сучасний об'єкт оптової торгівлі, який реалізований у форматі багатофункціонального логістичного комплексу. Інноваційна модель ринку передбачає поєднання класичних форм торгівлі продукцією із розвинутою логістикою та дистрибуцією. Проект має на меті створення цивілізованого місця зустрічі попиту та пропозиції, що дозволить виявити та сформулювати реальну ринкову ціну на продукцію, а також сприятиме переміщенню товарних потоків в регіоні, в країні та на міждержавному рівні [9].

У Києві крім «Столичного» діє ще один оптовий ринок «Фермер» на Троєщині, якому досі віддають перевагу приватні фермери-овочівники.

Популярним залишається ринок «Нежданий» у селі Великі Копані на Херсонщині, хоча його не внесено в реєстр ОРСП. До листопада ринок працює у цілодобовому режимі. Тут також у реальному часі можна стежити за цінами на сільгосппродукцію за допомогою телефону або через сайт ринку. Для мешканців Херсонщини на ринку діє дисконтна програма, яка передбачає надання знижок на ринку виробникам продукції [6].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, можна сказати, що оптовий ринок сільськогосподарської продукції є перехідною ланкою між виробництвом продукції та її збутом. Система виробництва і збуту при відсутності такої ланки залишиться незавершеною. Також, можна з впевненістю стверджувати, що Україна на сьогоднішній день є повноправним членом світової асоціації оптових ринків і це позитивно впливає на економіку країни. Проте не дивлячись та великі продовольчі ринки України, такі як: «Шувар» (Львів), «Ринок Столичний» (Київ), «Янтар» (Херсон), Україні потрібно розвивати малі продовольчі ринки, вивчаючи іноземний досвід діяльності ОРСП і запозичати звідти все найкраще. Тому завданням нинішньої влади є підтримка у ініціативах агробізнесу, зміна стереотипів мислення — адже у ОРСП як структурі повинне вбачатися не тільки джерело безпосереднього миттєвого наповнення бюджету, але й важливий механізм скорочення та оптимізації маркетингових ланцюгів, механізм прозорого ціноутворення, забезпечення продовольчої безпеки громадянина, регіону, країни в цілому. Органи влади всіх рівнів мають усвідомити, що ОРСП — це ще й важливий соціальний механізм, оскільки він сприяє підвищенню доходів селян-товаровиробників і зменшенню видатків громадян-споживачів.

Список використаних джерел:

1. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку [Текст] / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. — К. : Центр навч. літ., 2005. — 416 с.
2. Березін О. В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку [Текст] : монографія / О. В. Березін. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 184 с.
3. Білоусова О. Н. Напрями вдосконалення інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції [Текст] / О. Н. Білоусова, О. В. Орленко // Бізнес – навігатор : наук.-виробн. журн. – 2010. – № 3 (20). – С. 26 – 32.
4. Гордієнко В. Майбутнє – за оптовими ринками [Електронний ресурс] / В. Гордієнко, О. Маслак // Агробізнес – 2009. – Пропозиція. – Режим доступу : <http://propozitsiya.com/ua/maybutnie-za-optovimi-rinkami>.
5. Діяльність оптових ринків сільськогосподарської продукції: закордонний досвід [Електронний ресурс] // Юридичний вісник України / Юринком Інтер. – 2013. – Режим доступу : http://yurincom.com/ru/yuridichniy_visnyk_ukrainy/overview/?id=5705.
6. Корінець Р. Оптова торгівля: світові та українські ринки [Електронний ресурс] / Р. Корінець // AGRO TIMES. – 2014. – Плантатор №11. – Режим доступу : <http://a7d.com.ua/agropoltika/1234-optovi-rinki-rozkish-chi-neobkhdnist.html>.
7. Люблин: конференція WUWM 18 – 20 мая 2016 [Електронний ресурс] // Асоціація оптових і розничних ринків. – 2016. – Режим доступу : <http://www.aorr.ru/ru/news-association-aorr/1138-lublinit-conference-2016.html>.
8. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції [Електронний ресурс] : [закон України №1561-17: офіц.. текст : за станом на 6 серпня 2014 р.]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1561-17>.
9. Ринок «Столичний» [Електронний ресурс] // Інформація «Про нас». – Режим доступу : <http://kyivopt.com/pro-nas/>
10. Шаповал О. Оптові ринки: розкіш чи необхідність [Електронний ресурс] / О. Шаповал // Аграрний тиждень. Україна. – 2009. – Режим доступу : <http://a7d.com.ua/agropoltika/1234-optovi-rinki-rozkish-chi-neobkhdnist.html>.

Одержано: 16.12.2016

УДК 004.453:528:639.2

В. И. Арману,

В. В. Вычужанин

РАЗРАБОТКА КАРТОГРАФИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ДЕТЕКТИРОВАНИЯ МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ РЫБОЛОВНОГО ПРОМЫСЛА

Введение. В результате анализа различных источников литературы [1,2], можно сделать вывод, что на данный момент нет полноценной системы, обеспечивающей вывод комплексных готовых решений, способствующих определению наиболее выгодного места проведения рыбной ловли, с учетом различных характеристик, позволяющих сузить запрос и сделать его более конкретизированным.

В большинстве случаев используются специализированные морские рыболовные карты, с обозначением конкретных границ районов для осуществления рыболовного промысла. При этом не используются подробные данные об обитающих в этих районах видах рыбы, ее особенности, температурные характеристики, а также подробная информация, не только связана с рыбной ловлей, но и описывающая действующие в определенных районах частичный либо полный запрет рыбной ловли и т.д.

Основная часть. Современной судовой картографической системой является система ECDIS (Electronic Chart Display and Information System). Эта система разделяется на 2 функциональных модуля, первый взаимодействует с отсканированными картами и используется на небольших судах, второй модуль, является комплексным оборудованием с носителем информации, на который записана цифровая карта.

В большинстве случаев, судовые компании приобретают оцифрованные карты или модули с цифровыми картами тех районов, где преимущественно используются суда. Это связано с дороговизной карт. При этом, цифровые карты состоят из слоев, на которых наносятся различные необходимые данные о глубинах, течениях и пр.

Однако на таких картах не обозначается температура воды отдельного района, данные о рыболовных зонах, видах водящихся в таких зонах рыб и пр. Также такое решение является дорогостоящим для небольших рыболовных судов, которые преимущественно используются. На них устанавливается система ECDIS с отсканированными картами, не позволяющие использовать слои и динамические изменения.

С ходом времени навигационные системы с электронными картами довольно быстро совершенствовались. Процесс возрастания функциональных возможностей этих систем и увеличения количества отображаемой ими информации можно представить следующими этапами:

- Применение упрощенных карт-схем;
- Подключение навигационных позиционных средств;
- Использование растровых карт;

© Арману В. И., Вычужанин В. В., 2016

- Отображение векторных карт;
- Поиск данных и отображение карт в разных масштабах;
- Выполнение планирования пути;
- Выдача справок о картографических объектах;
- Автоматическая сигнализация об опасностях;

Известно, что одной из основных характеристик при определении количественных показателей рыболовства является производительность лова (CPUE – catch per unit effort) [3]. Производительность лова зависит от различных внешних воздействий на окружающую среду, климатические факторы, человеческие факторы. Одними из распространенных факторов, возникающими в водной экосистеме, являются температурные перепады, течения, атмосферное давление и наличие ветра.

В большинстве случаев, процесс отслеживания температуры, является сложной задачей, для которой используется сложное техническое оборудование. Примером такого оборудования является устанавливаемые модули на метеорологические спутники, и представляющие собой комплексные решения, именуемые спутники NOAA. Они работают за счет использования сканирующего радиометра AVHRR (Advanced Very High Resolution Radiometer). С 2001 года глобальные спутниковые изображения распределения температур создаются в реальном масштабе времени на основе многоканального алгоритма определения температур и используются в оперативных целях.

Также, все современные спутники, оснащаются оборудованием, позволяющим производить инфракрасную съемку водной поверхности, с дальнейшей оценкой полученной тепловой карты. Это упрощает процесс определения температуры водной поверхности. А сопоставляя полученные данные с гидрографической картой глубин, можно определить глубинную температуру.

Информация, полученная со спутников, является общедоступной и пригодной для применения в рыболовной деятельности. Она позволит отследить скачки температуры, которую плохо переносят рыбы. Такая информация является ценной, для стратегического планирования осуществления процесса рыбной ловли. Однако, большинство современных картографических систем, не приспособлены к отображению такого типа информации и ее динамике.

Решением такой проблемы является разработка современного метода, позволяющего использовать масштабируемую цифровую карту, поддерживающую систему определения местоположения, а также поддерживающую большое количество необходимой информации, для организации процесса рыболовной деятельности. Для этого задействуется бесплатная цифровая карта от компании «Google», с дальнейшим нанесением на нее системы «слоев», носящих специализированную информацию, связанную с рыболовным промыслом. Такое решение не уступает по возможностям используемым современным гидрографическим картам и даже выигрывает по таким аспектам как:

- Отсутствие сложного оборудования для работы с гидрографической картой;
- Использование отдельного навигационного оборудования;
- Покупка дорогостоящих цифровых карт или малофункциональных отсканированных карт;
- Невозможность динамически обновлять элементы на карте в связи с внешними воздействиями.



Процесс поиска информации в сети состоит из следующих этапов:

- Сбор информации в сети Интернет с различных сайтов;
- Исследования по запросу;
- Ранжирования результатов;
- Индексация ресурсов.

Несмотря на то, что каждая поисковая система имеет свои особенности в алгоритмах поиска и ранжирования результатов, принципы работы всех поисковых систем общие.

Сбор данных осуществляется поисковым роботом, который является неотъемлемым компонентом любой поисковой системы. Он перебирает страницы Интернета с целью занесения информации о них в базу данных поисковой системы. Этот процесс называется сбором данных, и он может происходить не только при запуске сайта. Робот составляет для сайта расписание, когда он должен на него зайти в следующий раз, проверить старую информацию и добавить новые страницы, если таковые имеются.

Страницам сайта необходимо пройти такой этап как индексация – составление для каждой страницы обратного (инвертированного) файла индекса. Индекс необходим для осуществления быстрого поиска и включает в себя слова из текста и информации о них. Инвертированным файлом индекса называется такой индекс поисковой системы, в котором перечислены слова коллекции документов, а для каждого слова перечислены все места, в которых оно встретилось.

При поиске, в приоритете является пользовательский запрос, в результате которого вычисляются веса для каждого из слов (происходит препроцессинг запроса). Весом слова называется отношение частоты использования этого слова к общему количеству слов, выраженное в процентах.

Далее поиск выполняется по инвертированным индексам, находятся документы в коллекции, которые наиболее подходят под поисковый запрос. Другими словами вычисляется схожесть документа запросу по следующей формуле:

$$\text{Similarity}(Q,D)=\text{SUM}(w(q_k)*w(d_k)), \quad (1)$$

где $\text{similarity}(Q,D)$ – схожесть запроса Q документу D ;

$w(q_k)$ – вес k -го слова в запросе;

$w(d_k)$ – вес k -го слова в документе.

Документы, наиболее схожие с запросом, попадают в результаты поиска.

После выполнения поискового действия, выполняется ранжирование, используемое для отображения наиболее полезных поисковых результатов для пользователя. Для этого используется специализированная формула, которая для разных поисковых систем имеет разный вид, однако для всех из них основными факторами ранжирования являются:

- вес страницы;
- авторитетность домена;
- релевантность текста запросу;
- релевантность текстов внешних ссылок запросу, а также множество

других факторов ранжирования.

Поскольку точная формула не раскрывается поисковыми системами, существует упрощенная формула:

$$Ra(x)=(m*Ta(x)+p*La(x))*F(PRa), \quad (2)$$

где $Ra(x)$ – итоговое соответствие документа a запросу x ;

$Ta(x)$ – релевантность текста (кода) документа a запросу x ;

$La(x)$ – релевантность текста ссылок с других документов на документ a запросу x ;

PRa – показатель авторитетности страницы a , константа относительно x ;

$F(PRa)$ – монотонно неубывающая функция, причем $F(0)=1$, можно допустить, что $F(PRa)=1+q*PRa$;

m, p, q – некие коэффициенты.

При ранжировании документов используются, как внутренние факторы, так и внешние. Также их можно разделить на зависимые от запроса факторы (релевантность текста документа или ссылок) и независимые от запроса.

Использование современных систем анализа информации в базах данных, позволит оптимизировать систему информирования о районах ловли и особях, обитающих в этих районах. Это возможно за счет использования системы обработки информации, полученной в результате выполнения поискового запроса и работы поискового робота средствами MapReduce вычислений. Работа с MapReduce состоит из двух шагов: Map и Reduce. На Map-шаге происходит предварительная обработка входных данных. Для этого один из компьютеров получает входные данные задачи, разделяет их на части и передает другим компьютерам для предварительной обработки. На Reduce-шаге происходит свертка предварительно обработанных данных. Главный узел получает ответы от рабочих узлов и на их основе формирует результат – решение задачи, которая изначально формулировалась. Преимущество такого метода заключается в том, что он позволяет распределенно производить операции предварительной обработки и свертки. Операции предварительной обработки работают независимо друг от друга и могут производиться параллельно.

Аналогично, множество рабочих узлов могут осуществлять свертку – для этого необходимо только чтобы все результаты предварительной обработки с одним конкретным значением ключа обрабатывались одним рабочим узлом в один момент времени, изображено на рис.1.

В результате использования комбинированных методов поиска данных, обработки и вывода их на карту в виде отдельных подключаемых слоев, получится многофункциональная гидрографическая web-система, способная заменить собой различные наборы оборудования состоящих из различных гидрографических элементов.

Также немаловажным является возможность доступа к разрабатываемой системе. За счет ее размещения в сети Интернет, проблем с доступом или оборудованием уменьшится, в связи с возможностью использования любого оборудования, с доступом к глобальной сети и программным обеспечением для просмотра интернет страниц.

Гидрографическая web-система, за счет использования встроенной системы идентификации местоположения подключенного абонента, с большой точностью покажет его месторасположение на карте и позволит отслеживать изменения местоположения в режиме реального времени.

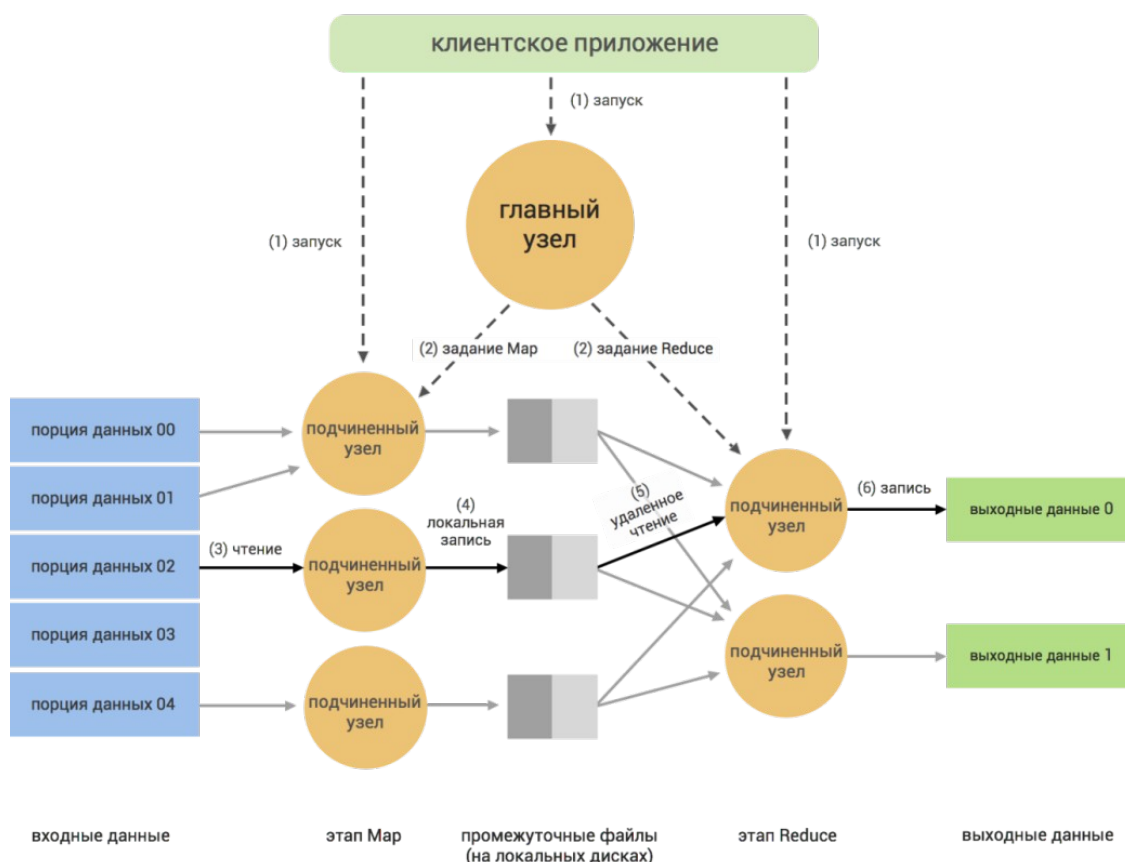


Рис. 1. Архитектура обработки данных с использованием MapReduce

Выводы. Согласно проведенному анализу факторов, влияющих на процесс рыбной ловли, и их не отображения на гидрографических картах, используемых в морской и океанической коммерческой ловле, можно сделать вывод, о необходимости разработки единого картографического сервиса, способствующего работе нанесения всех областей, зон и факторов, способствующих рыбной ловле. Такое решение должно быть универсальным в использовании, а также учитывать возможность дальнейшего расширения.

Список источников (References)

1. Вагущенко Л. Л. Судовые навигационно-информационные системы / Л. Л. Вагущенко. - Одесса : Латстар, 2004. – 302 с.
2. Brill R. W. Understanding Environmental Influences of Tunas and Billfishes Can Significantly Improve Population Assessments / R. W. Brill, M. E. Lutcavage // American Fisheries Society Symposium. 2001. 25. P. 179–198.
3. Нгуен Данг Киен Исследование влияния некоторых экологических факторов на распределение пелагических рыб в южно-китайском море / Нгуен Данг Киен, П. И. Бухарицин. – Астрахань, 2014. – 20 с.

Статья поступила 18.12.2016

УДК 338.48:379.8

Ю. М. Молодушко,
ymolodushko@mail.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОЦІНКА ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто основні туристсько-рекреаційні ресурси, які характеризують потенціал Івано-Франківської області. Проведена оцінка статистичних даних за останні роки та визначено основні напрями ефективного використання туристського потенціалу регіону як одного із пріоритетних чинників його перспективного розвитку.

Ключові слова: туризм, туристські ресурси, туристсько-рекреаційний потенціал.

Постановка проблеми. Україна має великий туристський потенціал. Ефективне використання цього потенціалу дозволить забезпечити невпинний розвиток туризму. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристичні та рекреаційні потреби населення країни й іноземних туристів, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги й історико-культурної спадщини.

Особливого значення в сучасних умовах набуває вивчення рекреаційно-туристського потенціалу територій, на яких активно розвиваються різні види туризму і де ця галузь визначена як одна з головних у реструктуризованій економіці. Однією з найбільш потенціальних у плані розвитку туристсько-рекреаційних ресурсів є Івано-Франківська область.

Цей потенціал може бути використаний для різноманітних видів туристської діяльності, особливо розвитку внутрішнього туризму, активізації туристських послуг для іноземців. Для найбільш оптимального його використання необхідна детальна оцінка запасів, стану використання ресурсів, обґрунтування напрямків раціоналізації рекреаційно-туристської діяльності у регіоні. Це зумовлює необхідність детального вивчення рекреаційно-туристських ресурсів з метою оптимізації природокористування у досліджуваному регіоні.

Основні результати досліджень. Важливою умовою розвитку туризму є оцінка ресурсного потенціалу, передусім природних та соціально-культурних рекреаційно-туристських ресурсів. Незважаючи на значне зростання наукових публікацій з даної тематики у останні десятиліття, питання, що стосується оцінки ресурсного потенціалу, передусім природних та соціально-культурних рекреаційно-туристських ресурсів, ще недостатньо висвітлені в українській географічній науці, (Адаменко О. М., Бейдик О. О., Бучко Ж. І., Вацеба Я. В., Горленко І. О., Ігнатенко М. Г., Ковальчук І. П., Крачило М. П., Любіцева О. О., Недашківська Н. Ю., Олійник Я. Б., Пашенко В. М., Руденко В. П., Руденко Л. Г., Рутинський М. Й., Шаблій О. І., Шищенко П. Г., Яценко Б. П. та ін.).

© Молодушко Ю. М., 2016

Мета роботи. Охарактеризувати та зробити оцінку туристсько-ресурсного потенціалу даної області.

Виклад основного матеріалу. Івано-Франківська область є перспективним туристичним регіоном і займає одну із найбільших ніш на українському туристичному ринку. Івано-Франківська область за територією порівняно невелика, але за характером рельєфу належить до числа найбільш мальовничих в Україні. Третину території займають Карпатські гори, а дві третини - передгірська і рівнинна зони. Рівнинна зона знаходиться на північному сході й прилягає до Дністра. Тут знаходиться обласний центр - місто Івано-Франківськ (255 м над рівнем моря). Передгірську частину складають горбисті передгір'я. Гірська частина області зайнята Східними Карпатами, що поділяються на масиви Чорногора, Гринява, Чивчини. Тут же, в Чорногірському хребті, на межі із Закарпаттям підноситься найвища гора України Говерла (2061 м). Кліматичні умови - м'яка зима із середньою температурою -5°C і тепле літо ($+18^{\circ}\text{C}$) - сприяють організації цілорічного відпочинку та лікування. Сніг на схилах Карпат лежить кілька місяців, що важливо для розвитку гірськолижного спорту. Ріки в значній частині швидкоплинні, утворюють каскади й водоспади, що є цінним для водного туризму. Найбільшими річками є оспівані в народній творчості сивий Дністер та швидкоплинний Прут, який бере початок на території області з-під Говерли.

В області є десять курортних місцевостей. Для курортної терапії використовуються кліматичне лікування, мінеральні ванни. Серед курортів - низькогірні Татарів, Яремче і Микуличин Яремчанської міськради, Мислівка і Новий Мізунь Долинського району, Шешори Косівського району та м.Косів, високогірні Ворохта і Яблуниця Яремчанської міськради і бальнео-грязевий передгірний курорт Черче Рогатинського району. Найбільш відомим на Івано-Франківщині є джерело води "Горянка", аналогічної за дією трускавецькій "Нафтусі", в с.Новий Мізунь Долинського району. Унікальні властивості джерела "Буркут" для лікування внутрішніх органів були відомі ще у XIX ст.

Івано-Франківщина має велику культурно-історичну спадщину. Такі давні і цінні пам'ятки як церква Пантелеймона під Галичем (XII ст.), Манявський скит (XVII ст.), дерев'яні гуцульські і бойківські храми відомі за межами країни.

Цікавими туристськими маршрутами на Прикарпатті є:

- гірські - на г. Говерла і г. Піп-Іван, по Чорногірському хребту (від озера Несамовите до озер Марічейка), по Горганах та інші;

- водні - Дністровський каньйон, ріки Білий і Чорний Черемош, Прут, Лімниця;

- пішохідні - полонинами Карпат, до Манявського водоспаду;

- лижні - на г. Кукул та інші.

- автомобільні та велосипедні маршрути, найвідомішим з яких є маршрут „Прикарпатське кільце”.

- автомобільний, на якому зосереджено багато пам'яток української, польської, австрійської, румунської, татарської культури і архітектури “Золоте кільце південної Галичини”.

В області працює гірськолижний курорт № 1 в Україні – «Буковель»

Існуюча база рекреаційних закладів різних форм власності (400 одиниць на 17,8 тис. місць) дає можливість нарощувати лікувально-оздоровчі, туристичні, спортивні послуги, в тому числі й для іноземних туристів. В області є сучасні туристично-рекреаційні заклади, в яких можна організовувати різноманітні ділові заходи (форуми, конференції, семінари, круглі столи тощо). Туристські послуги



надають 200 суб'єктів туристичної діяльності; діє мережа з 11 туристично-інформаційних центрів.[3]

За даними головного управління статистики в 2015 році Івано-Франківщину відвідало на 2037 туристів більше ніж в 2014 році, про що свідчать дані Таблиці 1.

Таблиця 1

Туристські потоки в Івано-Франківській області (2010-2015 рр.) [2]

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів:			
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	Кількість екскурсантів
2010	53333	4528	8509	40296	646465
2011	59327	3256	8816	47255	341653
2012	110162	3171	9681	97310	359994
2013	77666	5750	12025	59891	337472
2014	63848	567	7609	55672	1019836
2015	65885	1324	6853	57708	3320

Туристський збір за минулий рік становить 1578,5 тис. грн., а за січень-квітень 2016 року – 724,4 тис. грн.

За даними форми державного статистичного спостереження №1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність» в області налічується близько 200 суб'єктів туристичної діяльності, з них 33 туроператори. Найбільшу кількість туристів прийняли ПП «Мандри-гори», ПФ «Марко», ПП «Прикарпатська туристична компанія», ПАТ «Івано-Франківськтурист», ТзОВ «Туристична фірма Надія», ТзОВ «Парктур». За 2015 рік загальна кількість туристів, яким були надані послуги, становить 65885 осіб.

Внутрішній туризм. Загальна кількість внутрішніх туристів у 2015 р. становить 57708 осіб, що на 4% більше у порівнянні з минулим роком. Найбільшу кількість туристів на території області прийняли ТзОВ «Холідей тур ІФ», МП Пансіонат «Карпатські зорі», ПП «Мандри-гори», ТзОВ «Туристична фірма Надія», ПАТ «Івано-Франківськтурист».

Іноземний (в'їзний) туризм. Чисельність іноземних громадян, яким були надані послуги у 2015 р., становить 1324 особи. Найбільше туристів відвідали область з Білорусі, Молдови, Російської Федерації, США, Ізраїлю, Румунії, Польщі.

Зарубіжний (виїзний) туризм. У 2015 р. 6853 туристів виїжджали за кордон, що на 10% менше минулорічного показника. Найбільше – у Болгарію, Туреччину, Єгипет, Польщу, Грецію, Чорногорію, Угорщину.

Екскурсійні послуги. У 2015 р. кількість обслугованих екскурсантів склала 3320 осіб (без врахування екскурсантів та одноденних відвідувачів ТзОВ «Парктур»). Найбільшу кількість екскурсантів на території області прийняли: ТзОВ «Гуцульський край», ТзОВ «Туристична компанія «Красна», ПП «Перлина Карпат», ПП «Галичанка ІФ», ТзОВ «Туристична фірма «Надія». Доход від наданих туристичних послуг за 2015 р. становить 262885,4 тис. грн., що на 27 % більше минулорічного показника. [2]



Висновки. Представлені у статті результати дослідження засвідчують особливу актуальність вивчення рекреаційно-туристського потенціалу Івано-Франківської області. Вони дозволяють зробити висновки, що Івано-Франківщина має достатню кількість природних, історико-культурних туристських ресурсів. Покладаючись на статистичні дані, кількість внутрішніх, іноземних туристів за останні 2 роки зростає. В області ще недостатньо використовуються всі види рекреаційно-туристських ресурсів, як природні, так і соціально-культурні. Головними причинами цього є недостатня увага до розвитку рекреаційної діяльності з боку місцевих органів влади і самоврядування та бізнесових структур, невисокий попит на рекреаційно-туристські послуги населення регіону і України загалом, що пов'язано з невисокими прибутками людей.

Потенціал Івано-Франківської області дає підстави визначити його як розвинений з великими можливостями його різнобічного перспективного використання. Основними напрямками оптимізації рекреаційно-туристської діяльності у регіоні є: розширення видової структури туризму на всій території; розвиток туризму на основі ширшого залучення всіх видів ресурсів; поліпшення стану рекреаційної інфраструктури та соціальної інфраструктури загалом.

Список використаних джерел

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія / О. О. Бейдик. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
2. Головне управління статистики в Івано-Франківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ifstat.gov.ua> .
3. Івано-Франківська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.if.gov.ua/page/20037> .

Одержано 06.12.2016

УДК 338.1:338.3

Ю. Ю. Лобанова,

О. В. Іващенко,

к.т.н., доцент Запорізького національного університету

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Фінансово-економічна безпека, як важлива складова безпеки промислового підприємства, впливає на всі сфери його діяльності. Рівень фінансово-економічної безпеки промислового підприємства визначає його можливості забезпечувати інші складові безпеки, а зміни в будь-якій сфері підприємства у підсумку відображаються на його фінансово-економічній безпеці. Забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства необхідно розглядати у розрізі процесу реалізації заходів щодо попередження, або нейтралізації зовнішніх і внутрішніх ризиків, недопущення або попередження можливих фінансових збитків у поточному та перспективному періоді.

Стійкість фінансово-економічної безпеки підприємств забезпечується розробкою механізму захисту за усіма напрямками та сферами діяльності. Відтак, базовим інструментом виступає організаційно-економічний механізм. Він об'єднує в собі сукупність законодавчих актів, правових норм, спонукальних мотивів і стимулів, методів, заходів, сил і засобів, за допомогою яких забезпечується досягнення цілей безпеки і розв'язання тактичних та стратегічних завдань. Звідси, актуальності набуває формування організаційно-економічного механізму з метою забезпечення стійкості фінансово-економічної безпеки промислових підприємств [1; 3].

Механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства доцільно формувати через систему управління фінансовими відносинами шляхом використання принципів, фінансових важелів, інструментів, фінансових методів, правового й інформаційного забезпечення (рис. 1).

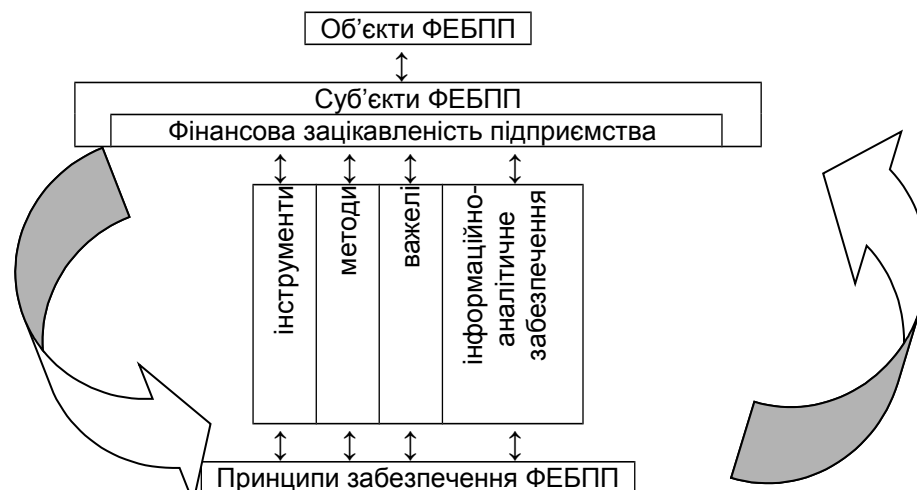


Рис. 1. Механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства (ФЕБПП)

© Лобанова Ю. Ю., Іващенко О. В., 2016



Основою механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства є системне поєднання інструментів, методів, важелів та інформаційно-аналітичного забезпечення. Складові механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства подано в табл. 1.

Таблиця 1

Складові механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства [2]

Елемент механізму	Система управління фінансовими відносинами
Інструменти	– платіжні; – кредитні; – депозитні; – інвестиційні; – страхування
Методи	– техніко-економічні розрахунки; – балансовий; – економіко-статистичний; – економіко-математичний; – експертних оцінок; – дисконтованої вартості; – амортизації активів; – реінжинірингу; – логістики; – аудиту; – оптимізації оподаткування; – імітаційної гри
Важелі	– стимули, заохочення; – санкції; – власна фінансова філософія
Інформаційно-аналітичне забезпечення	– якісні і кількісні значення індикаторів фінансової безпеки; – наявність або потенційність ризиків і загроз; – формалізовані фінансові інтереси і стан їхньої реалізації, стратегічний план; – забезпечення фінансової безпеки підприємства; – якісні і кількісні параметри використання фінансових ресурсів, обсяг останніх, джерела їх надходження; – фінансовий план

Таким чином, формування дієвого механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства дозволить своєчасно виявляти, попереджати, нейтралізовувати та ліквідовувати загрози фінансово-економічної безпеки, що, у свою чергу, сприяє ефективному та стійкому розвитку підприємства.

Список джерел (References)

1. Живко З. Б. Механізм управління системою економічної безпеки підприємства / З. Б. Живко // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка. – 2014. – Вип. 3. – С. 37–42. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuues_2014_3_11.

2. Лаврова Ю. В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства / Ю. В. Лаврова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 127–129. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/Vetp/2010_29/10lubstm.pdf.
3. Орлик О. В. Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства та його основні складові / О. В. Орлик // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2015. – Вип. 2 (19). – С. 222–232. – Режим доступу: <http://fkf.org.ua/article/viewFile/57391/53753>.

Одержано 08.12.2016

УДК 004.738:629.5+52

Л. Н. Пенева,

В. В. Вычужанин

МЕТОДЫ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ СУДОВОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ УСТАНОВКИ

Введение. Действующая в настоящее время система технического обслуживания и ремонта флота является системой с ограниченно гибким регламентом. Она предусматривает заранее установленные сроки проведения работ по поддержанию и восстановлению работоспособности и ресурса судовых машин, механизмов, систем и устройств на основе статистически устанавливаемых сроков службы деталей, узлов и агрегатов в целом. Содержание и объем работ планируются заранее, но действительный объем уточняется перед началом и в процессе выполнения работ [1].

Качество технической эксплуатации судов в значительной мере определяется степенью соответствия процессов технического обслуживания и ремонта объективно протекающим процессам изменения технического состояния основных агрегатов и узлов. В условиях жесткой регламентации периодичности выполнения работ указанное соответствие может быть обеспечено лишь приближенно. При этом весьма ответственной и трудной является задача определения оптимальной периодичности ремонтов с учетом возраста судов, надежности технических средств, возможностей береговых баз и других поддающихся оценке факторов [2-3].

Основная часть. Техническая система (ТС) во время эксплуатации теряет свою работоспособность. Причиной потери работоспособности является нежелательное изменение свойств ее элементов. Изменение свойств элементов технических систем во время эксплуатации обусловлено физическими процессами изнашивания, усталости, коррозии, старения, фреттинга, питтинга и др.

В классической теории надежности принимается, что техническая система может находиться в одном из двух классов (видов) технического состояния: пригодном состоянии (работоспособном), если она не является поврежденной, или в непригодном состоянии (неработоспособном), если она повреждена [6].

В теории эксплуатации ТС, выделяется несколько состояний технической системы, изображено на рис. 1:

- состояние технической исправности, которое называется состоянием параметрической пригодности;
- состояние технической неисправности, которое называется состоянием параметрической непригодности;
- состояние функциональной пригодности (т.е. способности функционировать);
- состояние функциональной непригодности.

© Пенева Л. Н., Вычужанин В. В., 2016



Рис. 1. Состояния технической системы

В качестве практического определения состояния элемента ТС, вводится понятие технического риска (ТР), который является комплексным показателем надежности элементов. Он выражает вероятность аварии или катастрофы при эксплуатации механизмов и выражен формулой 1.

$$R_T = \frac{\Delta T(t)}{T(f)} \quad (1)$$

Где R_t – технический риск;

ΔT – число происшествий вследствие отказов техники в единицу времени t на идентичных технических системах и объектах;

T – число идентичных технических систем и объектов, подверженных общему фактору риска f .

При работе средств оценки состояния, важной составляющей есть анализ риска. Это процесс идентификации опасностей и оценки риска для людей, материальных объектов, окружающей природной среды и др. При этом под опасностью понимается источник потенциального ущерба или вреда, а под идентификацией опасности – процесс выявления ее с дальнейшим выявлением ее характеристик.

К методам, выявления неисправностей ТС, на практике являются метод проверочного листа и метод дерева отказов. Каждый из методов относится к инженерному подходу оценки состояния системы. Это наиболее быстрый и точный метод диагностики рисков отказов элементов.

Метод проверочного листа, основан на анкетном сборе информации, который выполняется за определенный период времени, является постоянным и требует

затрат времени на работу. Однако, это позволяет более точно определить состояние элемента, что в дальнейшем позволит предсказать поведение ТС.

Для реализации метода проверочного листа, используются карты контрольных проверок. Они служат объектом съема информации, с целью дальнейшей ее обработки, представлено на рис 2.

Подготовил _____ Дата _____			
Описание опасности _____			
Участок системы _____			
Серьезность	Вероятность	Затраты	Действия
Вызывающая беспокойство	Небольшая	Допустимые	Несрочные
Предельно допустимая	Умеренная	Предельные	Анализ
Критическая	Значительная	Значительные	Немедленные
Катастрофическая			

Рис. 2. Карта контрольной проверки

Детальный анализ проводится по совокупности собранных контрольных карт и состоит в следующем [4]:

1. Опасности систематизируются по месту и времени действия в технологической операции, что позволяет лучше оценить серьезность и продолжительность опасности.

2. Выявляются изначальные причины возникновения опасности, (вместо использования промежуточных признаков выявляемых на этапе общего анализа).

3. Подробно оценивается влияния контрмер, что трудно сделать в общем анализе.

4. Прослеживается влияние каждой контрмеры на все элементы системы с целью выявления таких состояний системы, при которых опасность происшествия возрастает из-за негативного влияния корректирующих мер на работу других элементов системы.

Еще одним инженерным подходом к оценке и выявлению рисков отказов элементов ТС, является дерево отказов. Оно является логико-вероятностной моделью причинно-следственных связей отказов системы с отказами ее элементов и другими событиями. При анализе возникновения отказа системы событие представляется последовательностью и комбинацией нарушений и неисправностей, и таким образом оно представляет собой многоуровневую графологическую структуру причинных взаимосвязей, полученных в результате прослеживания динамики развития опасных ситуаций в обратном порядке, для того чтобы отыскать возможные причины их возникновения, изображено на рис. 3.

Уровневая система помогает определить:

- Отказ системы – уровень 1;
- Отказ составных частей – уровень 2;
- Отказ элементов – уровень 3;
- События порождающие отказ – уровень 4;
- Виды воздействий – уровень 5.

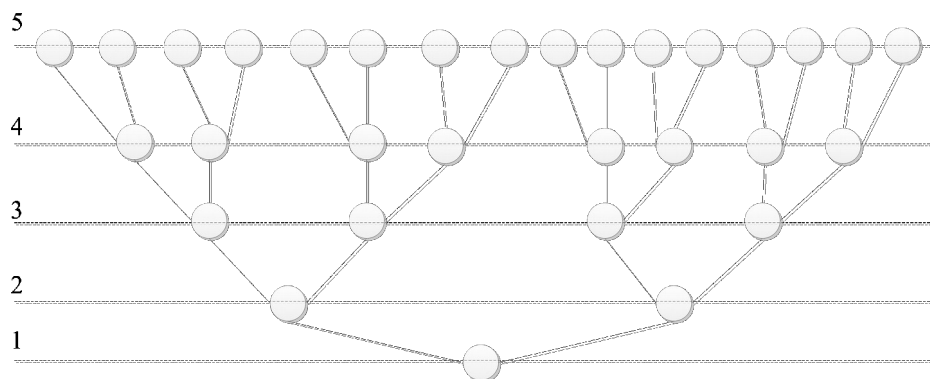


Рис. 3. Граф дерева отказов

Ценность дерева отказов заключается в следующем:

- анализ ориентируется на нахождение отказов элементов, приведших к отказу системы;
- позволяет показать в явном виде ненадежные места;
- обеспечивается графикой и представляет наглядный материал для той части работников, которые принимают участие в эксплуатации системы;
- дает возможность выполнять качественный или количественный анализ надежности системы;
- метод позволяет специалистам поочередно сосредотачиваться на отдельных конкретных отказах системы;
- обеспечивает наглядное представление о поведении системы и повышает эффективность контроля над ее работой;
- помогает дедуктивно выявлять отказы;
- дает конструкторам, пользователям и руководителям возможность наглядного обоснования конструктивных изменений или установления степени соответствия конструкции системы заданным требованиям и анализа компромиссных решений;
- облегчает анализ надежности сложных систем.

При проектировании ТС необходимо осуществлять ряд мероприятий по обеспечению надежности. Основными из них являются следующие[5]:

- Выбор и обоснование принципов техобслуживания.
- Выбор основного показателя надежности.
- Назначение норм надежности.
- Распределение норм надежности системы по элементам.

Существуют следующие три основных вида технического обслуживания и ремонта:

- По календарным срокам независимо от наработки объекта.
- По выработке установленных заранее межремонтных ресурсов.
- По техническому состоянию.

При техобслуживании по техническому состоянию периодически контролируется определяющий параметр. Решение о замене, ремонте и техобслуживании принимается по результатам контроля, когда определяющий параметр характеризует приближение системы к отказу или к границе допуска. При этом значительно сокращаются затраты на обслуживание, на дорогостоящие элементы и повышается надежность.

Согласно этой методике основным считается тот показатель надежности, который входит в формулу среднего экономического эффекта от использования изделия. Аналогично построена методика, опубликованная в 1972 году в работе «Методика выбора показателей для оценки надежности сложных технических систем», М.: Стандарты, 1972.

Эти методики создали основы научного подхода к рассматриваемой проблеме. Недостаток их заключается в том, что здесь показатели выбираются для изолированных изделий и мало учитывают необходимость обеспечения качества функционирования систем более высокого уровня.

Вывод. Проанализировав источники литературы и существующие методы диагностики судовых технических систем, можно сделать вывод о необходимости разработки единого комплексного решения по диагностированию элементов судовой энергетической установки на возможный выход из строя ее элементов, а также разработать программную систему прогнозирования отказа элементов судовой энергетической установки, основанную на инженерном методе оценки риска отказа элементов судовой энергетической установки.

Список джерел (References)

1. Акимов В. А. Надежность технических систем и техногенный риск / В. А. Акимов, В. Л. Лапин, В. М. Попов. – М. : Деловой экспресс, 2002. – 367 с.
2. Румб В. К. Судовые энергетические установки. Судовые дизельные энергетические установки : учебник / В. К. Румб, Г. В. Яковлев, Г. И. Шаров, В. В. Медведев, М. А. Минасян; СПбГМТУ. - СПб. : СПбГМТУ, 2007. - 622 с.
3. Вычужанин В. В. Технические риски сложных комплексов функционально взаимосвязанных структурных компонентов судовых энергетических установок / В. В. Вычужанин, Н. Д. Рудниченко // Вісник Одеського національного морського університету : збірник наукових праць. - 2014. – Випуск 2(40) . – С. 68 –77.
4. Артеменко М. В. Классификация методов прогнозирования поведения систем / М. В. Артеменко, А. С. Бабков // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6.
5. Костенко И. П. Введение в вероятностное прогнозирование / И.П. Костенко. – М. : Институт компьютерных исследований, 2004. – 316 с.
6. Матвиевский В. Р. Надежность технических систем / В. Р. Матвиевский. – М. : Московский государственный институт электроники и математики, 2002 г. – 113с.

Статья поступила 17.12.2016.

УДК 531.2

М. І. Солнцев

ШЛЯХИ ВИКОРИСТАННЯ СТАТИЧНОЇ ЕЛЕКТРИКИ ДЛЯ ПОДОЛАННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЕНЕРГЕТИЧНИХ І ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Сьогодні людство зіштовхнулося з багатьма глобальними проблемами, які пов'язані з усіма сферами людського буття. Але глобальні проблеми відрізняються своєю значимістю. І, на жаль, на перші місця вирвалися проблеми, пов'язані з екологією та нестачею енергії (електроенергії), рішення яких не знайдено й досі. Ніхто не буде сперечатися з тим, що ці дві глобальні проблеми тісно пов'язані між собою, адже виробництво електроенергії несе за собою забруднення навколишнього середовища (спалювання палива для виробництва електроенергії, аварії на АЕС). А якщо вирішення цих проблем знаходиться прямо перед нашими очима, прямо в наших руках? А й справді, у світі повно речей та явищ, які повністю не досліджені, не знайдено шляхів їх виникнення. Можливо в цих речах ми і знайдемо відповідь?

Серед таких актуальних напрямів досліджень, пропоную почати з ґрунтового дослідження статичної електроенергії, аби у подальшому створити статичні електростанції (СтЕС). Адже виникнення статичної електрики показує, як ми можемо мати більше енергії, яка є у нас у вільному доступі.

Статична електрика накопичується, коли електрони швидко пересуваються, «стрибають» між двома об'єктами, які є протилежними за електричними зарядами. Усі матеріали складаються з молекул, усі молекули мають атоми, з позитивно зарядженими протонами, нейтральними – нейтронами і негативно зарядженими електронами. Велику частину часу атом нейтральний з однаковим числом протонів і електронів.

Якщо помістити два різних матеріалу поруч один з одним, електрони почнуть стрибати від одного матеріалу до іншого. Провідні матеріали, такі як метали, будуть триматися за свої електрони щільно. Беручи до уваги ізоляційні матеріали, такі як пластмаси, вони заряджаються за рахунок тертя, тому що вони легко отримують або втрачають електрони.

Наприклад, коли переступити вовняний килим у шкіряному взутті, взуття підбиратиме додаткові електрони від килима з кожним кроком. На той час, коли нога буде піднята вгору від землі, електрони будуть поширюватися по всьому тілу людини, даючи тілу негативний заряд. Наступного разу, коли поставите ногу на килим, взуття не матиме будь-яких додаткових електронів, але голова може мати їх. І коли вже переступити з килиму на дерев'яну підлогу, тіло налічуватиме загальну напругу, яка перевищить напругу, яка знаходиться у побутових розетках. І це серйозна сила. Але електрони, незважаючи на те, що були притягнуті до тіла людини довго не перебуватимуть на одному місці, і вони завжди прагнуть залишити попереднє місце, «шукають вихід» (наприклад, коли людина торкається дверної ручки). Від удару напругою повітря між рукою і дверною ручкою стає дуже гарячим і миттєво перетворюється на плазму, четвертий стан речовини, який відрізняється від твердих речовин, рідин або газів. Плазма випускає яскравий спалах – електризація – світлове шоу, подібне до удару блискавки.

Явище статичної електрики несе нові стежки для досліджень. Розглянувши

© Солнцев М. І., 2016



лише мізерну частину площини, де з'являється статична електрика, можна зрозуміти, який вплив та можливості несе даний процес, але де можливості, там є і загрози. Основною загрозою даного явища є негативний вплив статички на нервову та серцево-судинну системи людини. Використання можливостей мінімізує загрози, що, зазвичай, є доволі рідким явищем. Але які можливості доступні у даний час, при даному розвитку технологій?

Одним з таких рішень є створення СтЕС (статичні електростанції), які є екологічно чистими і дешевими у масштабному виробництві. Концепція створення таких станцій проста – взаємодія двох тіл, створення електричного заряду, його накопичення і трансформація. (Відео-презентацію можна подивитися на моєму YouTube-каналі за посиланням <https://youtu.be/60Tz6G5FOo8>)



Рис.1. Фрагмент відео-презентації стартапа на YouTube-каналі

Створення таких електростанцій вирішить одразу дві глобальні проблеми: екологічну та енерго-голод, оскільки більш ніж 65% електростанцій працюють на екологічно не чистому та вичерпному паливі.

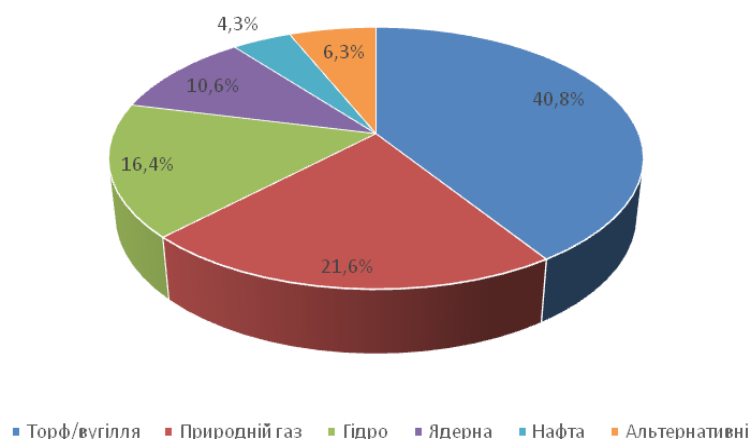


Рис. 2. Розподіл електроенергії світу

Також це стане прикладом для людства з раціонального використання будь-якого явища, даного від природи, що, можливо, спричинить всесвітнє осмислення того, хто воно і яка його місія на даній землі.

Одержано 10.12.2016.



УДК 004.946-008.2

Д. Д. Бакуновська

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У МЕДИЦИНУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Актуальність дослідження обґрунтовується тим, що на сьогоднішній день медицина потребує постійного розвитку задля досягнення кращих умов життя людства. Інновації допомагають з більшою точністю діагностувати хвороби, лікувати і просто проводити моніторинг стану людини у повсякденні. Усе це в свою чергу максимально витісняє ймовірність лікарської помилки і, як наслідок, нещасних випадків.

Отже, як використовуються сучасні інформаційні технології у медицині. Виділяють два види комп'ютерного забезпечення для цього:

- програмне забезпечення;
- прикладне (апаратне) забезпечення.

Програмне забезпечення дозволяє забезпечувати вхід у мережу із доступом до даних на певному сервері. Такі дані знаходяться під управлінням прикладною програмою і може містити історії хвороби, рентгенівські знімки, статистичну звітність, бухгалтерський облік, т.ін. *Прикладне (апаратне) забезпечення* являє собою безпосереднє обчислення, обробку результатів досліджень, різного роду розрахунки, обмін інформацією між комп'ютерами. Такі діагностичні дослідження, як, наприклад, томографію або комп'ютерна томографія, т. ін. не можливі без сучасного програмного забезпечення та комп'ютерного обладнання, оскільки передбачає отримання і оброблення Big Data [1].

При розробці інновацій у медичній сфері важливо враховувати ці два види комп'ютерного забезпечення та поєднувати їх у цілісний винахід, бо саме це допоможе досягнути ефекту синергії. Також важливо враховувати «мобільність» сучасного суспільства. Якщо новітній прилад буде здатним до синхронізації з гаджетами споживача, це, безумовно, сьогодні перетворюється на потужну конкурентну перевагою медичної компанії, що працює на цьому ринку. Також треба враховувати, що у сьогоднішньому житті переважають «хмарні технології», та включати цю функцію до технічних характеристик виноходу. Це дозволяє позбавитися залежності від певного електронного пристрою та забезпечує доступ до інформації з будь-якого гаджету, що має доступ до інтернету. Це також надає можливість виконувати складні обчислення і опрацьовувати величезні обсяги інформації, використовуючи потужності віддаленого серверу [2].

Виходячи з вищесказаного, пропоную невеликий огляд декількох вже існуючих цікавих інформаційно-технологічних розробок у медицині:

1. *Персональні електронні медичні карти.* Одним з етапів вдосконалення сучасної медицини є персоналізація даних і підвищення комунікації між лікарями. Персональні електронні медичні карти забезпечують легкий доступ до історії хвороби, дозволяє призначати своєчасне ефективне лікування, незалежно від країни, в якій у певний момент часу перебуває пацієнт. Особливо це важливо у якихось екстрених випадках, що іноді може навіть спасти людське життя.

© Бакуновська Д. Д., 2016

2. *Профілактика хвороб*. Профілактиці, як і діагностиці захворювань, розробники почали приділяти величезне місце. Сьогодні можна побачити чимало девайсів такої спрямованості. Одним з таких нещодавніх новітніх розробок є пристрій FitBit, який дає можливість розраховувати активність людини за день, аналізує якість її сну, забезпечує підрахунок калорій, що вживає людина протягом дня. На сьогоднішній день існує багато інших мобільних додатків, за допомогою яких можна, наприклад, вести облік свого стану. Комплексне підсумовування таких даних забезпечує вчасне діагностування потенційно можливих хвороб і попередження їх подальшого розвитку.

3. *Розумний туалет* відноситься до часткового прикладу інновацій з профілактики хвороб. Японські вчені розробили розумний туалет, який під час ранкового відвідування убиральні може проводити діагностику стану здоров'я користувача. Цей пристрій дає можливість не тільки оперативно зробити аналіз сечі, але також вимірює тиск, температуру тіла і вагу. Такий туалет підключається до домашньої мережі і може передавати дані про стан здоров'я на комп'ютер користувача. Людина отримує легку можливість стежити за динамікою свого самопочуттям впродовж тривалого часу. У разі погіршення аналізів, система сповіщає про це свого господаря.

Враховуючи, що людство у майбутньому буде повністю інтегроване у світ інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), інновації у медичній сфері сьогодні майже неможливі без поєднання знань у галузі медицини із знаннями у галузі ІКТ.

Список джерел (References)

1. Інформаційні технології в медицині [Електронний ресурс]//Вікіпедія. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційні_технології_в_медицині.
2. Хмарні технології [Електронний ресурс]//Вікіпедія. Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/ Хмарні_технології_](https://uk.wikipedia.org/wiki/Хмарні_технології_).
3. Медицинские технологи будущего [Електронний ресурс]//Вікіпедія. Режим доступу: <http://www.kardi.ru/ru/index/Article?&ViewType=view&Id=52> .

Одержано 10.12.2016.



УДК 342

Ю. С. Мостович,*студентка 2 курсу ННІ Права, Університету ДФС України***В. А. Бабич,***доцент кафедри адміністративного права і процесу та митної безпеки Університету ДФС України, к.ю.н., доцент*

АДМІНІСТРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

До одного з основних прав споживачів, проголошених Генеральною Асамблеєю ООН, належить право на безпеку товарів, що купуються. Суть його полягає в тому, що споживач має право на те, щоб товари в звичайних умовах їх використання, зберігання і транспортування були безпечними для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавали шкоди його майну. Це право гарантується державою шляхом встановлення в стандартах обов'язкових вимог до товарів. Але, на жаль, не всі товари, які реалізуються торговельними підприємствами, мають сертифікати, які підтверджують їх безпеку для життя і здоров'я споживачів. Велика кількість фальсифікованих товарів, товарів із простроченими термінами придатності, без відповідних інструкцій реалізуються через торговельну мережу. Придбання споживачем товару неналежної якості тягне небажані негативні наслідки для нього. Тому важливе значення для споживачів має встановлення ефективного механізму відновлення їх порушених прав. Для цього в законодавстві передбачаються відповідні санкції щодо продавців та певний порядок задоволення вимог споживачів [5].

Частина четверта статті 42 Конституції України зазначає: "Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів" [1, ст. 15].

Основним нормативно-правовим актом, який передбачає захист прав споживачів від не добросовісних продавців є Закон України "Про захист прав споживачів" від 15 грудня 1993 р [4].

Згідно зі статтею 16 Закону України "Про захист прав споживачів" право споживача на безпеку товарів (робіт, послуг) включає право на те, щоби товари (роботи, послуги) за звичайних умов їх використання, зберігання і транспортування були безпечними для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавали шкоди його майну. Це право гарантується нормами, якими встановлені відповідні обов'язки державних органів, виготівників, виконавців та продавців [4].

Цим Законом визначено, що забороняється примушувати споживача придбавати продукцію неналежної якості або непотрібного йому асортименту, у будь-який спосіб обмежувати використання ним електронних платіжних засобів, якщо відповідно до законодавства продавець (виконавець) зобов'язаний приймати їх до сплати. Споживач має право на перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни продукції, що придбавається (замовляється), демонстрацію безпечного та правильного її використання. На вимогу споживача продавець (виконавець) зобов'язаний надати йому контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість,

© Мостович Ю. С., Бабич В. А., 2016

безпеку, ціну продукції [4].

Слід також звернути увагу на ст.21, в якій сказано про порушення прав споживачів. Одним з таких випадків може бути тоді, коли споживачу реалізовано продукцію, яка є небезпечною, неналежної якості, фальсифікованою [4]. Як приклад, можна навести ст. 156 КУпАП, в якій суворо заборонено продавати алкогольні напої без акцизних марок, адже це свідчить про неякісний товар, що може бути небезпечним для здоров'я [2, ст. 97-98].

Статтею 10 Закону України "Про рекламу" від 3 липня 1996 р в інтересах споживачів забороняється недобросовісна реклама, тобто така, яка внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, умовчання, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження та інших вимог, передбачених законодавством України, вводять або може ввести в оману споживачів реклами [3].

Способи відновлення прав споживачів, порушених внаслідок придбання ними товарів неналежної якості, визначені у вже проаналізованій нами ст. 14 Закону України "Про захист прав споживачів", а саме: споживач при виявленні недоліків чи фальсифікації товару протягом гарантійного терміну в порядку та строки, встановлені законодавством, на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою;
- заміни на аналогічний товар марки (моделі, артикулу) належної якості;
- відповідного зменшення його купівельної ціни;
- заміни на такий же товар іншої марки (моделі, артикулу, модифікації) з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

Звертає на себе увагу той факт, що лише в одному випадку з п'яти прямо передбачається право покупця (споживача) вимагати відшкодування заподіяних йому збитків, а саме у разі, коли він приймає рішення розірвати договір купівлі-продажу [4].

Кодексом України про адміністративні правопорушення відповідальність за такі види адміністративних правопорушень у сфері торгівлі передбачається переважно у вигляді штрафів.

А саме, статтею 1561 КУпАП визначено, що відмова працівників торгівлі, громадського харчування та сфери послуг і громадян, які займаються підприємницькою діяльністю в цих галузях, у наданні громадянам-споживачам необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця), у навчанні безпечного та правильного їх використання, а так само обмеження прав громадян-споживачів на перевірку якості, комплектності, ваги та ціни придбаних товарів - тягнуть за собою накладення штрафу від одного до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [2, ст. 98--99].

Отже, товари для продажу повинні бути безпечними та якісними. Особа, яка купує такий товар повинна перекопатися в цьому. Вона не може бути обмежена в праві на перевірку якості, безпеки товару, ваги або ціни продукції тощо. Такий захист прав споживачів забезпечується законодавством, в якому передбачені певні санкції до осіб, які порушують ці права.



Список джерел (References)

1. Конституція України : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 16 червня 2015 року. – К. : Паливода А. В., 2015.
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 12 вересня 2015 року : (офіц. текст). – К. : Паливода А. В., 2015. – 292 с. – (Кодекси України).
3. Закон України “Про рекламу” від 3 липня 1996 р. [Електронний ресурс]. -Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.
4. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
5. Старцев О. В. Підприємницьке право [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. В. Старцев. – К. : Істина, 2006. - Режим доступу : <http://www.ebk.net.ua/Book/PP/12-5.htm>.

Одержано 20.12.2016

УДК 339.138

К. А. Гринюк,
студентка,І. В. Федотова,
к.е.н., доцент

ОЦІНКА РІВНЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН АТП ЗІ СПОЖИВАЧАМИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Маркетинг відносин охоплює створення, підтримку й розширення міцних зв'язків зі споживачами й іншими партнерами. Усе більше й більше маркетинг зміщає акцент від індивідуальних угод до створення більш цінних відносин і маркетингових мереж зв'язків. Маркетинг відносин орієнтований на тривалий строк. Ціль його полягає в тому, щоб надати довгострокові цінності споживачам. Мірою його успіху служить довгострокове задоволення їхніх потреб.

Сучасна теорія управління взаєминами включає різні моделі, що охоплюють взаємодію підприємства зі споживачами автотранспортних послуг. Не дивлячись на велику кількість наукових розробок в області маркетингу, практична діяльність АТП не забезпечена науково обґрунтованими методичними рекомендаціями з проблеми оцінки і формування тривалих взаємовигідних відносин підприємства з різними клієнтами.

Під взаємодією пропонується розуміти процес сумісної діяльності, де приймають участь не менше двох учасників, що здійснюють рівноспрямований вплив один на одного. Залежно від стану та ступеня взаємозв'язку здійснюються результати їхньої сумісної діяльності.

Взаємини фірми зі споживачем розвиваються в часі. Вони складаються з різних етапів, починаючи від першого знайомства клієнта з діяльністю фірми, до встановлення довгострокових відносин. На кожній організації необхідно застосовувати певний комплекс заходів, по впливу на споживача для того, щоб зацікавити його, утримати й розвинути довірчі партнерські відносини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій по маркетингу взаємовідносин показав, що більшість авторів [1-6] не приділяють достатню увагу формуванню методичних підходів до оцінки рівня взаємин підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища. Тобто, автори пропонують оцінювати фактичний рівень взаємодії, не враховуючи перспективи цих відносин.

Недосконалість наявних підходів до оцінки взаємодії підприємства зі споживачами, з метою побудови взаємовигідних відносин з ними, визначають необхідність розробки узагальненої методики оцінки взаємин АТП з клієнтами.

Ціллю даної статті є визначення основних напрямків дослідження й оцінки рівня взаємодії АТП з клієнтами.

Рівень взаємин АТП із споживачем автотранспортних послуг характеризує вигоди які кожен суб'єкт взаємодії одержує для себе в результаті спільної діяльності. Тому, для його оцінки потрібно зіставити вигідність (цінність) клієнта для АТП зі сприйняттям суб'єкта вигідності (цінності) для нього відносин з даним АТП. Кожний із

© Гринюк К. А., Федотова І. В., 2016



запропонованих двох показників вигідності характеризує існуючий (фактичний) рівень зустрічного відношення між підприємством та клієнтом. Крім фактичного рівня взаємодії пропонується визначати також перспективність розвитку взаємин суб'єктів дослідження один з одним, тобто виявити тенденції до поліпшення або погіршення взаємовідносин.

Таким чином, взаємодію АТП з клієнтом пропонується оцінювати по трьом напрямкам:

- 1) вигідність для АТП взаємин із споживачем автотранспортних послуг;
- 2) задоволеність клієнта взаєминами з АТП;
- 3) перспектива відносин АТП з даним клієнтом.

Отже, охоплюються всі сторони співробітництва, що дозволяє комплексно оцінити рівень взаємодії. Кожний із трьох запропонованих комплексних показників оцінки рівня взаємин складається з ряду приватних показників, індивідуально обраних для окремого клієнта.

При визначенні комплексного показника вигідності для АТП взаємин зі споживачем автотранспортних послуг потрібно оцінити фінансову та нефінансову вигоду від цих відносин, яку можна визначити виходячи з документації підприємства. Визначення комплексного показника задоволеності споживача взаєминами з АТП можливе тільки при проведенні опитування клієнта та оцінці рівня його задоволеності від взаємодії з АТП. При визначенні комплексного показника перспективи відносин АТП зі споживачем прогнозується можливість поліпшення фактичних показників взаємодії. Для оцінки рівня взаємодії, щоб підсумковий показник оцінки по кожному клієнту знаходиться в інтервалі $[0,1]$, пропонується використовувати метод таксономічного аналізу по трьох напрямках.

Оцінку рівня взаємовідносин пропонується робити на основі побудови матриці оцінки рівня взаємодії АТП і клієнта. Матриця будується в тривимірній площині, утвореної показниками задоволеності клієнта від взаємин з АТП (ось Y), вигідності для АТП взаємин зі споживачем автотранспортних послуг (ось X) і перспективи відносин АТП з клієнтом (ось Z), на яку наносяться координати підсумкових показників, що характеризують рівень взаємин АТП із кожним клієнтом (рис. 1).

Запропонована матриця дозволить визначити градацію суб'єктів, з якими співпрацює АТП:

- **Взаємодія високого рівня** характеризується високою вигідністю клієнта для АТП ($0,67 < x < 1,0$), середньою або високою задоволеністю співпраці для суб'єкта ($0,34 < y < 1,0$), та середнім або високим рівнем перспективності ($0,34 < z < 1,0$).
- **Взаємодія середнього рівня** характеризується середньою вигідністю клієнта для АТП ($0,34 < x < 0,67$), середнім чи низьким рівнем цінності АТП для суб'єкта ($0 < y < 0,66$), та середнім чи низьким рівнем перспективи відносин ($0 < x < 0,67$).
- **Взаємодія низького рівня** характеризується низькою цінністю клієнта для АТП ($0 < x < 0,33$), низьким рівнем задоволеності суб'єкта від співпраці з АТП ($0 < y < 0,33$), та низьким рівнем перспективи взаємин в майбутньому ($0 < z < 0,33$).

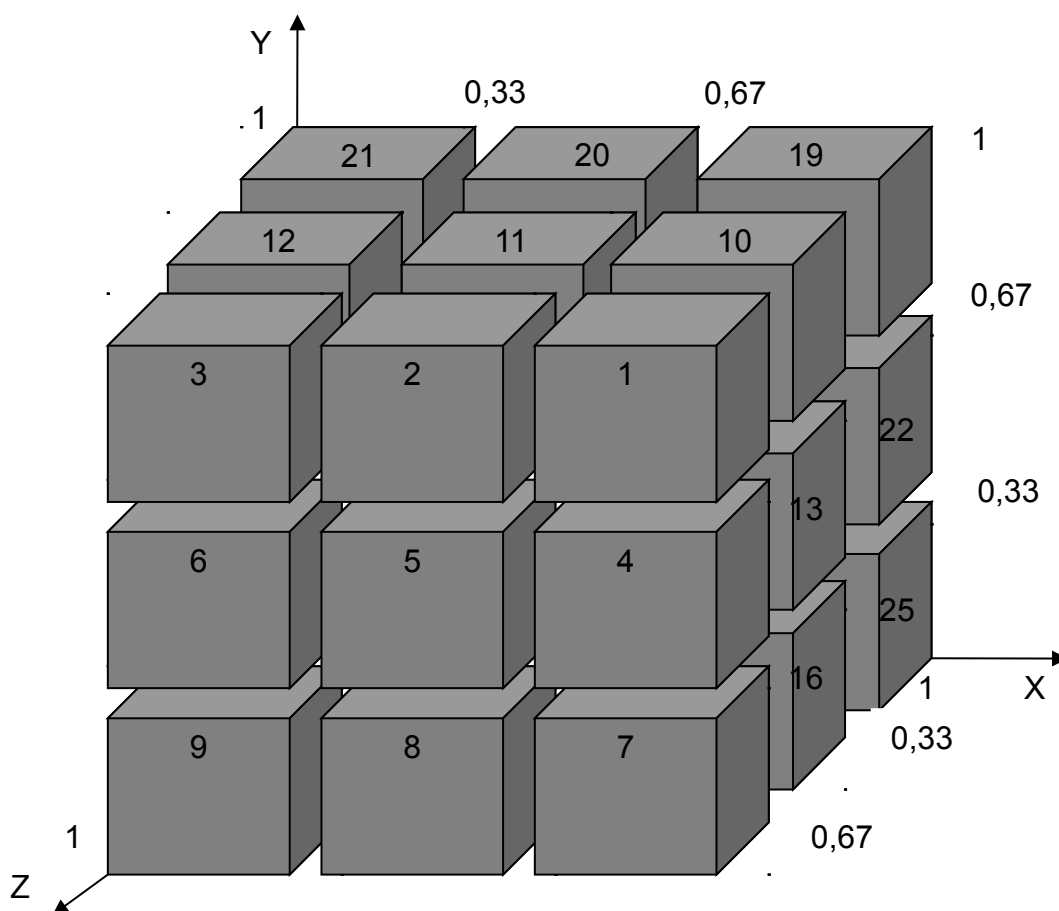


Рис. 1. Матриця оцінки рівня взаємодії АТП з клієнтами

Градація суб'єктів маркетингового середовища дозволяє не тільки комплексно оцінити рівень взаємодії, але і визначити «вузькі місця» у взаємовідносинах АТП з тим чи іншим клієнтом. Це дає можливість цілеспрямовано поліпшувати слабкі напрямки взаємодії та розробляти стратегію взаємин, що враховує інтереси двох сторін - АТП і клієнта.

Список источников (References)

1. Багиев Л. Г. Маркетинг / Л. Г. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб. : Питер, 2001. – 384с.
2. Гембл П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 512с.
3. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1998. – 896 с.
4. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений / Я. Гордон; пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
5. Акофф Р. О целеустремлённых системах / Р. Акофф, Ф. О. Эмери; пер. с англ. под ред. И. А. Ушакова. – М. : «Сов. радио», 1974. – 272с.
6. Левин М. И. Математические модели экономического взаимодействия / М. И. Левин, В. Л. Макаров, А. М. Русинов. – М. : Физматлит Наука, 1993. – 374 с.

Одержано 22.12.2016



УДК 342

Ю. С. Мостович,*студентка 2 курсу ННІ Права, Університету ДФС України,***В. А. Бабич,***доцент кафедри адміністративного права і процесу та митної безпеки
Університету ДФС України, к.ю.н., доцент*

СТИХІЙНА ТОРГІВЛЯ ЯК АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВОПОРУШЕННЯ ТА ЇЇ ПОТЕНЦІЙНА ЗАГРОЗА ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ

Люди постійно віддавали перевагу базарам. А вже з приходом кризи, так взагалі, більша частина населення відправилася на ринок. Проте законодавством передбачено зовсім інше. Така купівля може бути ризикованою для здоров'я людини. Недовіряючи так званим супермаркетам вони вважали, що така покупка на ринку є безпечнішою, там і продукти свіжіші і дешевші.

Закон зобов'язує продавців м'яса та молочної продукції проводити обов'язкову ветеринарно-санітарну експертизу, яку проводять тільки в державних установах - лабораторіях ветеринарно-санітарної експертизи. Це і є гарантією придбання якісної і безпечної продукції для споживача [3].

Продукти харчування, які безконтрольно реалізують несумлінні підприємці, приватні особи з рук, не пройшли лабораторний контроль, не мають відповідного маркування, не упаковані належним чином [2].

Попри те, що придбані з рук продукти харчування не відповідають санітарним нормам, люди часто ігнорують ці застереження, вважаючи, що такі продукти дешевші і свіжіші, від господаря, а не від перекупників, та й заощаджується час на відвідини ринку ніж супермаркету. Активно торгують харчовими продуктами, їжею швидкого приготування без належного санітарного контролю зі самочинно встановлених точок продажу деякі кмітливі підприємці, утворюючи цілі осередки незаконної торгівлі [2].

Втім, так продавати харчові продукти – це правопорушення.

Відповідно до статті 160 КУпАП торгівля з рук на вулицях, площах, у дворах, під'їздах, скверах та в інших невідновлених місцях - тягне за собою накладення штрафу від одного до семи неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією предметів торгівлі або без такої [1, ст. 100].

Указані розміри штрафів не мають достатнього застережного впливу. Безумовно, адміністративна відповідальність менш сувора, ніж кримінальна, вона не передбачає судимості, обмеження чи позбавлення волі. Проте в разі таких незначних покарань норми адміністративної відповідальності не виконують виховної та превентивної функцій. Тому з метою застережного та виховного впливу, зменшення можливих шкідливих наслідків потрібно збільшити вказані вище розміри штрафів приблизно у 3 рази. Це повинно стосуватися передусім осіб, які продають не власноруч вирощену продукцію, а займаються саме перепродажем товарів [4].

Слід також вказати, що суб'єктами адміністративних правопорушень, передбачених ст. 160 КУпАП, є переважно особи, які не працюють, матеріально не забезпечені, які через певні обставини змушені здійснювати торгівлю з рук продуктами харчування, овочами, фруктами тощо. Такі особи-правопорушники не в змозі сплачувати штрафи з ряду причин, а саме: не мають постійного заробітку, не

© Мостович Ю. С., Бабич В. А., 2016



працюють, перебувають у важкому матеріальному становищі. Звідси виникає низька ефективність виконання постанов суду про застосування адміністративного стягнення у виді штрафу за порушення вимог ст. 160 КУпАП [5].

Торговельна діяльність повинна здійснюватися відповідно до встановлених державою правових норм. Одним із заходів, який сприяє забезпеченню належного виконання приписів правових норм у торговельній сфері, є адміністративна відповідальність. Сьогодні триває активне реформування адміністративного законодавства, що обумовлює необхідність проведення аналізу питань адміністративної відповідальності за правопорушення у сфері торговельної діяльності. Таке правопорушення, як торгівля з рук у невстановлених місцях, останнім часом стає все більш розповсюдженим і свідчить про його системний характер. Це потребує перегляду адміністративної відповідальності за дане правопорушення, розробки пропозицій щодо її вдосконалення [4].

Стихійна торгівля – потенційна загроза для споживача. Найефективніший спосіб боротьби зі стихійною торгівлею – не купувати продуктів харчування у невстановлених місцях [2].

Отже, з такою стихійною торгівлею потрібно боротися і щонайшвидше. Ми самі повинні подбати про себе, бо така торгівля є дійсно небезпечною. Продукти харчування не можуть бути реалізовані без відповідної експертизи та в невстановленому законом місці. Адже це не може гарантувати споживачу придбання якісної продукції.

Тому, вважаємо, що потрібно збільшити санкції задля боротьби зі стихійною торгівлею. Але й цього може бути недостатньо, тому найефективнішим засобом буде – не купувати продуктів харчування в невстановлених місцях.

Список джерел (References)

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 12 вересня 2015 року : (офіц. текст). – К. : Паливода А. В., 2015. – 292 с. – (Кодекси України).
2. Стихійна торгівля стає потенційно небезпечною для споживачів // Газета центральних органів виконавчої влади України «Урядовий кур'єр». - Режим доступу : <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/stihijna-torgivlya-staye-potencijno-nebezpechnoyu-/>.
3. Наказ «Про затвердження Положення про державну лабораторію ветеринарно-санітарної експертизи на ринку» від 15 квітня 2002 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0404-02>.
4. Гончаренко І. Б. Питання вдосконалення адміністративної відповідальності за правопорушення, передбачене ст. 160 Кодексу України про адміністративні правопорушення «Торгівля з рук у невстановлених місцях» [Електронний ресурс] / І. Б. Гончаренко. - Режим доступу: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/301/GONCHARENKO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
5. Узагальнення судової практики з розгляду справ про адміністративні правопорушення, передбачені ст. 160 КУпАП [Електронний ресурс] // Судова влада України : [офіц. веб-портал] / Держ. суд. адмін. України. – Режим доступу : http://cgm.lv.court.gov.ua/sud1327/15/Uzag-adm_pravop/.

Одержано 20.12.2016



УДК 336.7

А. С. Чеберяко

АНАЛІЗ ОПЕРАЦІЙ З КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»

ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» є найбільшим універсальним міжрегіональним комерційним банком України, орієнтованим на платіжні операції для населення і юридичних осіб усіх форм власності.

Аналізуючи структуру активів ПАТ КБ «Приватбанк», можна зробити висновки, що найбільшу питому вагу займають кредити й заборгованість клієнтів. Кредитні операції для банку є високодохідними, але й надто ризиковими.

Для подальшого дослідження проаналізуємо кредитний портфель банку та напрями його кредитної діяльності [1].

На рисунку 1 представлено аналіз наданих кредитів фізичним особам банків І групи, а саме: «Приватбанк», «Ощадбанк», «Укрсиббанк», «Укрсоцбанк», «Райффайзен банк Аваль» за період з 01.01.13 по 01.01.15 рр. Ми можемо спостерігати, що лідером з надання кредитів фізичним особам є ПАТ КБ «Приватбанк», надалі йде «Укрсоцбанк», «Райффайзен банк Аваль», «Укрсиббанк», «Ощадбанк».

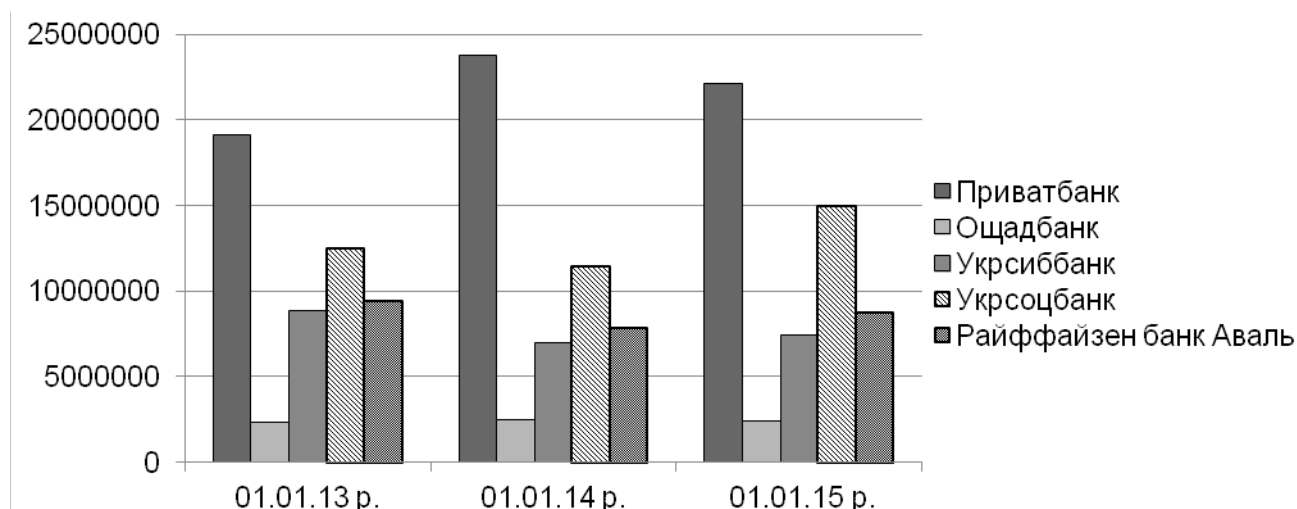


Рис. 1. Динаміка обсягу кредитів, наданих фізичним особам, найбільших банків України з 01.01.13 р. по 01.01.2015 р. тис. грн.

Динаміку кредитів банку наданих фізичним особам порівняно із кредитами наданими юридичним особам за період з 01.01.2014 по 01.01.2016 років в ПАТ КБ «Приватбанк» можна побачити на рис. 2.

© Чеберяко А. С., 2016

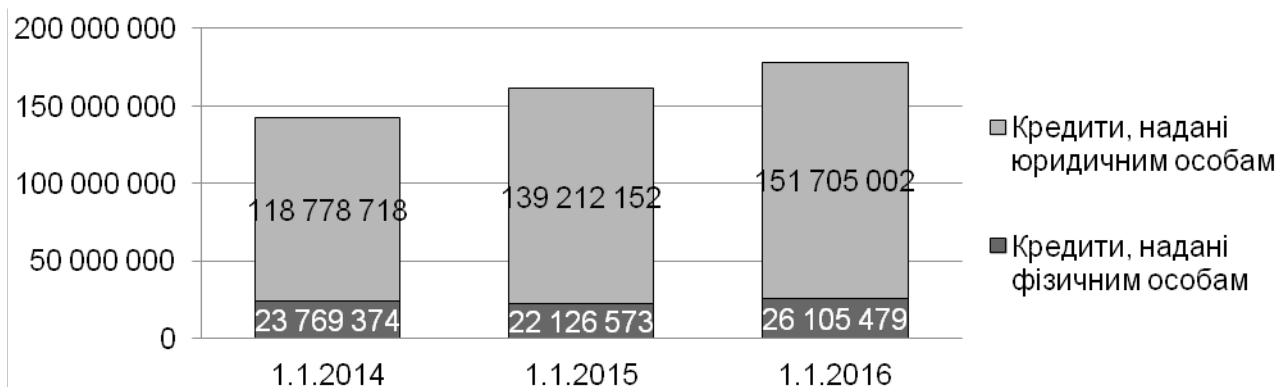


Рис. 2. Динаміка обсягу кредитів ПАТ КБ «Приватбанк» з 01.01.2014 р. по 01.01.2016 р., тис. грн.

Як бачимо, сукупний кредитний портфель ПАТ КБ «Приватбанку» за аналізований період знизився, що відбулося за рахунок зменшення обсягу наданих кредитів юридичним та фізичним особам.

Динаміку кредитного портфеля фізичних осіб ПАТ КБ «Приватбанку» в залежності від виду кредитів наданих фізичним особам можна спостерігати на рис. 3.

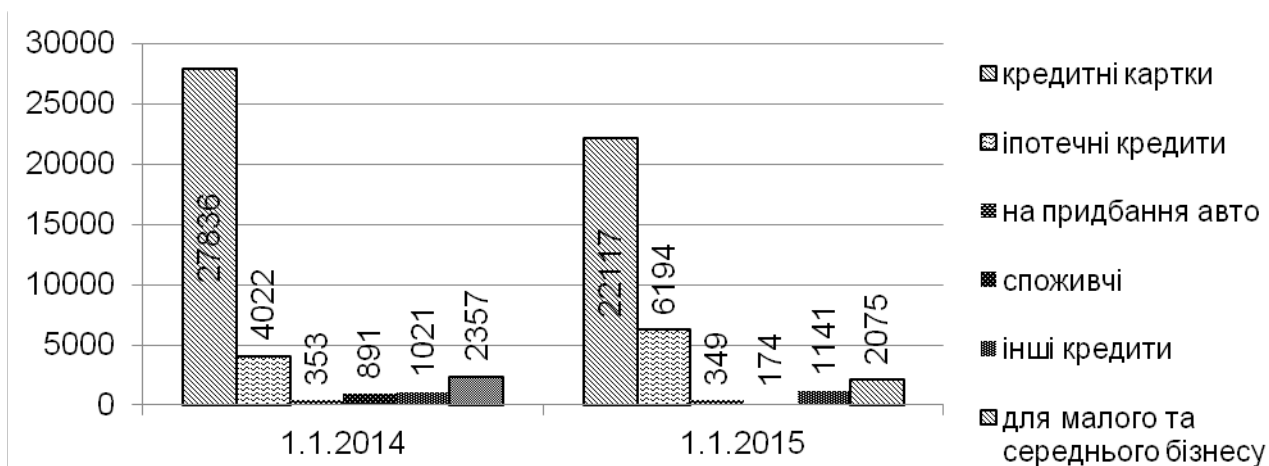


Рис. 3. Динаміка кредитного портфеля фізичних осіб ПАТ КБ «Приватбанку» в залежності від виду кредитів наданих фізичним особам

Дані показують, що за 2014 рік у структурі кредитів населення ПАТ КБ «Приватбанку» переважали видання кредитних карток та надання іпотечного кредиту фізичним особам, їх частка на 01.01.2015 рік склала 69% та 19 % відповідно від загального обсягу. Даний вид кредиту складає основу кредитного портфеля населення, також спостерігається тенденція до зростання обсягів іпотечних кредитів на 2172 млн. грн. за аналізований період. При цьому постійно збільшується питома вага інших кредитів наданих фізичним особам на 120 млн. грн., проте ми можемо спостерігати стрімке скорочення надання споживчих кредитів фізичним особам, яке скоротилося на 717 млн. грн. за 2014 рік.

Необхідно також зазначити, що у кредитному портфелі ПАТ КБ «Приватбанку» аналізованому за видами економічної діяльності за 2015 рік питома вага кредитів наданих фізичним особам зрісла з 22 126 573 тис. грн до 26 105 479 тис. грн. або на 18 %.

Спостерігається збільшення кредитування банком таких видів діяльності як торгівля нафтопродуктами, сільське господарство, авіаперевезення, будівництво та інше [2].

Таким чином, надання кредитів фізичним особам є однією з операцій, що належить до основної діяльності ПАТ КБ «Приватбанк». За 2014 – 2016 роки обсяг наданих кредитів фізичним особам збільшився на 2 336 105 тис. грн.

Список джерел (References)

1. Офіційний сайт АТ «Райффайзен Банк Аваль» [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://www.aval.ua>. - Загл. с екрана.
2. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>. - Загл. с екрана.

Одержано 22.12.2016

УДК 004.6

В. П. Козло

ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ «BIG DATA» У ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Дослідження останніх нововведень у сфері інформаційно-комунікаційних технологій стає все більш актуальним для України. Для того, щоб було економічне зростання, не достатньо просто експортувати сировинні ресурси та підтримувати промисловість зразка XX сторіччя. Для сучасної ефективної економіки потрібні ще й знання та інтелектуальні здібності людей. Це все і сприяє поступовому формуванню їх ІТ-свідомості.

Відомо, що останніми роками дуже часто фахівці не лише з галузі ІТ, але й також й інших почали говорити про ефективність запровадження технологій під назвою «Великі дані» (Big Data). Кожен день сьогодні генерується така кількість інформації, яка ще років п'ятдесят тому надходила у світ за декілька місяців, а то й років. За таких умов розвитку інформаційних технологій та при такій швидкості накопичення інформації середньостатистична людина не може збагнути: а як же така кількість інформації може бути використана у повсякденній діяльності і де саме? Тому мета даного дослідження полягає в тому, щоб знайти відповідь на це питання, а також з'ясувати, вирішенню якої проблеми допоможе вміння працювати з Big Data та які існують труднощі при застосуванні «Великих даних».

Вперше поняття «Великі дані» запропонував Кліффорд Лінч, редактор журналу Nature, який зібрав матеріали про явище різкого зростання обсягу та різноманітності даних і підготував у вересні 2008 року спеціальний випуск журналу, де описав феномен великих даних. Проте сама по собі концепція «Великих даних» не нова. Вона зародилася ще в часи перших [мейнфреймів](#) (великі ЕОМ для обробки значного обсягу бізнес-даних) та пов'язаних з ними наукових, великомістких комп'ютерних обчислень, які завжди відрізнялися складністю і потребували обробку великих обсягів інформації.

У зв'язку з переходом світових економік до постіндустріального типу інформація стає основним рушієм, який визначає рівень розвитку держави

Конкуренція є одним з тих факторів, що визначають розвиток технологій Big Data. «Великі дані» дають можливість якісніше працювати та задовольняти потреби на ринку. Через це найбільш успішні проекти втілюються у таких висококонкурентних галузях, як телекомунікації, банки, роздрібна торгівля. Найбільші світові компанії (наприклад, VISA, IBM, ING, Банк Америки, Центральний банк Індії, Amazon, Facebook, Twitter, Google та ін.) змогли досягти більшого, використовуючи Big Data у своїй практичній діяльності.

Прикладом вже реалізованого проекту з використанням великих даних можуть слугувати вибори 2012 року у США. Аналітики виборчого штабу Барака Обама активно використовували Big Data для аналізу настроїв виборців та коригування програми кандидата. Великі дані як інструмент використовуються у роботі Агентства національної безпеки США — у дата-центрі аналізуються дані, які агентство збирає про користувачів у мережі інтернет.

У Великобританії Міністерство охорони здоров'я навчилося використовувати

© Козло В. П., 2016



збір великих масивів даних щодо того, які рецепти виписують лікарі для оцінки реальних потреб британців в ліках та оптимізувати доставки препаратів в різні частини країни.

На сьогоднішній день лідери ринку послуг, що активно застосовують аналіз та обробку великих обсягів інформації, - це телекомунікаційні та інтернет-компанії. Для прикладу, в компанії «Яндекс» перша система обробки великих даних з'явилася ще в 2007 році. Вона використовувалася для обробки великих даних у режимі промислової експлуатації. У даний час технології великих даних дозволяють оптимізувати пошук, фільтрувати спам у «Яндекс пошти», робити рекомендації товарів на «Яндекс маркеті», вибирати оптимальний маршрут у реальному часі в залежності від завантаженості магістралей і особливостей дорожнього стану в «Яндекс-Картах» і «Навігаторі». У найближчі роки планується використовувати «Великі дані», щоб поліпшити існуючі сервіси та технології. У перспективі з урахуванням Big Data розвиватимуться платформи, що дозволяють веб-майстрам адаптувати свої сайти під інтереси користувачів за рахунок експрес-аналізу профілів відвідувачів сайтів. У компанії вважають, що технології Big Data вже дозволили отримати конкурентні переваги перед іншими глобальними інтернет-компаніями, допомогли збільшити річну частку «Ядекса» в наданих сервісах [1].

У банківській сфері впровадження технологій Big Data спрямоване на підвищення якості обслуговування і розробку нових банківських продуктів і послуг, забезпечення безпеки, оптимізацію витрат. Так, наприклад, фінансовий холдинг ING за допомогою технологій Big Data збирає і аналізує інформацію про дії користувачів сайту. При цьому вирішуються завдання оптимізації призначеного для користувача інтерфейсу і генерації індивідуальних маркетингових пропозицій для своїх клієнтів. В рамках реалізації концепції «Next Best Action» технології Big Data забезпечують вибір і персоналізацію банківських продуктів, пропонує конкретним клієнтам. Економічний ефект перевищив 10 млн. доларів.

Щоб зрозуміти можливості «Великих даних» глибше, варто подивитися на способи їх використання у банківській сфері. Перший напрям, націлений на формування профілю клієнта, на основі аналізу даних внутрішніх банківських систем і зовнішніх джерел, включаючи відкриті бази даних держструктур, програми лояльності, відомості колекторських агентств, соціальні мережі та інші джерела. У рамках другого напрямку проводиться аналіз банківських транзакцій, а також даних, одержуваних від банкоматів та іншого банківського устаткування.

З маркетингових позицій технології Big Data дозволяють знайти приховані взаємозв'язки, нові джерела інформації, підвищити якість і оперативність прийнятих рішень з персоналізації клієнтських пропозицій, утриманню клієнта; розробити нові унікальні послуги. Маркетингові служби, використовуючи продукти Big Data, можуть розробити і реалізувати різні інноваційні сценарії взаємодії з клієнтами. Як приклад, розглянемо три з них.

Перший сценарій передбачає застосування технологій Big Data на етапі збору і аналізу відомостей про поведінку клієнта на сайті банку, вивчення історії його банківських операцій, даних із соціальних мереж, використовуючи цю інформацію, система управління маркетинговими комунікаціями готує персональні рекламні пропозиції, які відправляються клієнту банку по найбільш ефективному каналу (листом по електронній пошті, SMS, використовуючи розсилку, соціальні мережі і т.п.).



Другий сценарій передбачає оперативну маркетингову реакцію на інтерес клієнта до певного товару або послуги банку. На основі аналізу даних про відвідування клієнтом сайту банку і по зацікавленості ним послугою система управління маркетинговими комунікаціями формує персоналізовану пропозицію по даній послугі. Цю пропозицію клієнт отримає при переході на інший сайт, що розміщує контекстну рекламу, або на свої сторінки в соціальних мережах.

У третьому сценарії технології Big Data використовуються для аналізу телефонних розмов операторів call-центру з клієнтами. При цьому оператору оперативно в процесі розмови надається необхідна інформація попередньої історії відносин з клієнтом тому, формуються підказки, що дозволяють уточнити запити клієнта, які спонукають його до певних дій. У такий спосіб застосування технологій Big Data дозволяє банкам збільшити виручку і зменшити відтік клієнтів за рахунок підвищення ефективності маркетингових кампаній і створення індивідуальних пропозицій [2].

Третьою галуззю, в якій технології Big Data досить поширені та необхідні, є роздрібна торгівля. Для роздрібною торгівлі важлива швидкість обробки постійно оновлюючих великих масивів даних. Американська мережа Guess, що продає джинсовий одяг і аксесуари, застосовує технології Big Data, щоб відслідковувати інформацію про продаж і рух товарів. Використовувана мережею система HP Vertica аналізує, які товари добре продаються; виявляє товари, які не користуються попитом; визначає комбінації спільно придбаних товарів. При цьому актуальна інформація про продажі надається мережі магазинів на ранок наступного дня. Спільно з системою HP Vertica використовуються додатки (програмне забезпечення) для комп'ютерів, що дозволяють дизайнерам і менеджерам (непрофесіональним аналітикам) використовувати отримані результати на своїх робочих місцях.

Найбільша міжнародна мережа супермаркетів Tesco використовує технології Big Data для роботи з покупцем безпосередньо в торгових точках. У її магазинах впроваджується програмне забезпечення, що реалізує технології face recognition (розпізнавання обличчя осіб). Воно дозволяє при наближенні покупця на моніторі транслювати рекламу, призначену для відповідної споживчої аудиторії.

Аналіз практики застосування Big Data в роздрібній торгівлі, проведений спеціалістами компанії IBS, показує, що впровадження сучасних рішень Big Data зі збору, обробки, аналізу та надання даних дозволяє роздрібним підприємствам та мережам оптимізувати ціни і працювати з асортиментом, удосконалювати логістичні процеси, ефективніше управляти запасами і транзакційними потоками.

Робимо висновок, що у галузі роздрібною торгівлі з'являються нові можливості аналізу даних про лояльність покупців. При цьому відомості про покупки дозволяють точніше сегментувати клієнтську базу для рекламної розсилки. Об'єднання цих відомостей з даними з соціальних мереж дає додаткову інформацію про інтереси покупця і допомагає формувати персоналізовані рекламні пропозиції.

Застосування великих даних не обходиться без проблем. Одна із основних – це оцінка ефективності проектів Big Data. Наведені вище приклади показують, що фахівці виділяють два джерела ефективності Big Data. По-перше, ці технології дозволяють скоротити фінансові витрати і час аналізу великих обсягів даних і швидко підготувати інформацію для прийняття оперативних рішень. По-друге, застосування Big Data забезпечує індивідуалізацію та персоналізацію послуг на B2C ринках.

Незважаючи на декларовану економічну ефективність і доцільність, вважати проекти з використанням Big Data економічно ефективними досить складно,

особливо коли зважити витрати на їх впровадження і незрозумілий наперед результат. Друга проблема пов'язана з підготовкою фахівців, здатних застосовувати технології Big Data в сфері сервісу. Такі спеціалісти, з одного боку, повинні мати підготовку в галузі математичної статистики, обробки та аналізу даних, вміти працювати з апаратно-програмними комплексами, що пропонуються такими компаніями, як IBM, Oracle, HP, SAS, SAP, Informatica, Open source та іншими. З іншого боку, вони також повинні володіти навичками постановки маркетингових задач, для вирішення яких будуть застосовані технології Big Data на конкретних підприємствах сфери сервісу. Вони також повинні знати методи, сценарії, алгоритми маркетингової діяльності, вміти сформулювати вимоги до функціональних характеристик апаратно-програмних комплексів і систем, технології Big Data, забезпечуючи створення конкурентних переваг підприємств.

Результат дослідження дозволив дійти висновку, що, по-перше, технології Big Data виправдано застосовувати у практичній діяльності, оскільки вони дозволяють скоротити час аналізу великих обсягів даних і швидко підготувати інформацію для прийняття оперативних рішень, а це, в свою чергу, дозволить компанії мати велику конкурентну перевагу. По-друге, можливості Big Data проявляються також у забезпеченні індивідуалізації та персоніфікації послуг на B2C ринках, задовольняючи потреби людей більш якісніше. По-третє, поширення технологій Big Data, в тому числі в Україні, гальмує недорозвиненість інфраструктури, недостатню кількість кваліфікованого персоналу, неготовність бізнесу до великих інвестицій, а так само нерозуміння цінності аналізу великих даних або невміння використовувати Big Data на практиці. І, по-четверте, незважаючи на певні складнощі і проблеми розвитку, технології Big Data стають у загальносвітовому масштабі одним з найважливіших напрямків формування нових сервісів, підвищення конкурентоспроможності підприємств, створення інноваційних маркетингових інструментів просування товарів і послуг в економіці, зокрема у таких галузях як інтернет та телекомунікації, роздрібна торгівля та банківська сфера. Економічний ефект від застосування «Великих даних» надзвичайно значущий.

Список джерел (References)

1. Яндекс: Технологии Big Data уже помогли нам увеличить рыночную долю [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.cnews.ru/articles/yandeks_tehnologii_big_data_uzhe_pomogli.
2. Big Data помогут банкам персонализировать свои услуги [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.cnews.ru/articles/big_data_pomogut_bankam_personalizirovat.

Одержано 10.12.2016