

РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. У ринкових умовах важливим фактором ефективного функціонування підприємств є наявність розвинутої інфраструктури, яка є обов'язковим компонентом будь-якої цілісної економічної системи і підсистеми. Створення розгалуженої ринкової інфраструктури – найбільш актуальне питання проведення кардинальних змін в структурі національної економіки України. Адже саме ринкова інфраструктура забезпечує взаємодію всіх підприємств, фірм, галузей, регіонів, окремих ринків.

Враховуючи значний наявний потенціал аграрного сектора України з виробництва сільськогосподарської продукції особливого значення набуває створення сучасної, за світовими стандартами, інфраструктури аграрного ринку. Формування ринкової інфраструктури має завданням обслуговувати процес ринкового товарообміну, забезпечувати його надійність, прозорість і стабільність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні основи створення й функціонування складових ринкової інфраструктури, обслуговуючої товарний обіг у сфері АПК, викладені в роботах відомих вітчизняних вчених–економістів: Гайдуцького П.І., Губського Б.В., Бойка В.І., Коваленка Ю.С., Маліка М.Й., Саблука П.Т., Ситника В.П., Шпичака О.М. та ін. Їх зусиллями створений міцний теоретико-методологічний фундамент названого напрямку, вирішено багато його практичних аспектів.

Однак дослідження сучасного стану інфраструктури ринків аграрної продукції виявило недостатній розвиток її низового – сільського рівня, відповідно невирішеність проблеми збуту продукції сільських індивідуальних домогосподарств, внаслідок чого втрачається значна кількість та якість продукції.

Постановка завдання. Метою статті є формування теоретико-практичних положень з розвитку інфраструктури ринку і розгляд ефективності її повноцінного функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для забезпечення наукового підходу до вирішення досліджуваної проблеми важливо в першу чергу визначити сутність інфраструктури та її структуру.

Вивчення вітчизняних літературних джерел засвідчує, що вперше термін “інфраструктура” було запроваджено для позначення об'єктів і споруд, які забезпечували нормальне функціонування збройних сил, а з середини 50-х років ХХ ст. широко використовується в економічній і політичній літературі. В економічній літературі цей термін почав використовуватися в кінці 40-х років ХХ століття для визначення комплексу галузей господарювання, що обслуговують промислове та сільськогосподарське виробництво.

На рівні загальнодержавного підходу поняття “інфраструктура” (від лат. infra- нижче, під + structura – будова) визначається як складова частина загального устрою економічного та політичного життя, що має допоміжний характер та забезпечує нормальну діяльність економічної та політичної систем в цілому. Дослівно інфраструктура – це основа, фундамент, внутрішня будова економічної системи [1, с.91].

Окремі автори характеризують інфраструктуру як комплекс галузей народного господарства, які обслуговують промисловість та сільське господарство. До цього комплексу входять виробнича і невиробнича (або соціальна) інфраструктура. До виробничої інфраструктури належать шосейні дороги, канали, мости, порти, аеродроми, залізничний транспорт, зв'язок, системи енергопостачання тощо [2, с.154]. Виходячи з цього, інфраструктура не виробляє кінцевого продукту в матеріально-речовій формі, а лише створює необхідні умови для його виробництва.

Таке розуміння інфраструктури як підпорядкованого, вторинного утворення породжує і відповідне ставлення до неї як до другорядного явища. Однак, на нашу думку, не слід їй відводити другорядну, допоміжну роль відносно сільського господарства чи промисловості. Недостатня увага до інфраструктури може викликати як утруднення та уповільнення розвитку національної економіки, так і стагнаційні процеси. Наявність ефективно діючої сучасної ринкової інфраструктури є важливим чинником формування конкурентоспроможної національної економіки в умовах ринкових трансформацій.

Інфраструктура представлена сукупністю елементів які її формують, є механізмом, що компенсує усе зростаюче в умовах розвитку ринку підвищення різноманітності товарів і послуг, невпорядкованість і різноманітність впливів зовнішнього середовища, що впливають на діяльність

підприємницьких структур з метою підвищення їх стійкості на ринку і результативності відтворювальних процесів [3].

Найбільш універсальне, на наш погляд, визначення ринкової інфраструктури дають А. Гриценко і В. Соболев [4, с.21], згідно з яким, – це сукупність елементів, які забезпечують безперерйне багаторівневе функціонування господарських взаємозв'язків, взаємодію суб'єктів ринкової економіки і регулюють рух товарно-грошових потоків. Основна її функція полягає у забезпеченні зв'язків між елементами системи, до яких належать її об'єкти та суб'єкти. Крім цієї пасивної функції, ринкова інфраструктура виконує активну регулюючу функцію: впорядкування і регулювання взаємодії елементів ринкової системи. Реалізацією цих функцій забезпечується оптимізація руху товарно-грошових потоків. Інфраструктура забезпечує відповідність між потребами в товарах і послугах та здатністю виробництва задовольнити ці потреби.

Таким чином, аналіз існуючих у вітчизняній літературі підходів до визначення терміну “ринкова інфраструктура” в системі народного господарства дав можливість сформулювати її сутність як сукупності системи, галузей, видів діяльності, організаційно-правових та економічних відносин, яка забезпечує функціонування, взаємодію та регулювання елементів економіки (в ідеальному випадку – відтворення і розвиток економіки в цілому) через інформаційні, фінансові та товарні потоки.

Особливістю вітчизняного підходу, пов'язаного з переходом економіки країни до ринкових умов господарювання, надзвичайно важливою складовою інфраструктури є ринкова інфраструктура. Необхідно зазначити, що термін “ринкова інфраструктура” вживається лише в країнах з перехідною економікою; в розвинутих країнах існує просто термін “інфраструктура”, який обіймає систему підприємств, організацій та закладів, які обслуговують ринок і допомагають йому нормально функціонувати.

Аналіз стану торгової мережі України на сьогодні охоплений 2647 ринками які мають 867080 торгових місць. Сільськогосподарська інфраструктура охоплена 1803 ринками, що мають у власній структурі 182983 торгових місця (табл. 1).

Таблиця 1

Наявність і використання торгової мережі на ринках станом на 1 січня 2013 року

Показник	Усього	У тому числі для продажу			
		сільгосп-продуктів	Продовольчих товарів (без сільгосп-продуктів)	непродовольчих товарів	свійських та інших тварин
Усього ринків	2647	1803	1924	2402	308
на них торгових місць - усього	867080	182983	143500	533094	7503
Криті ринки	320	196	191	163	3
у них торгових місць	44476	20998	11821	11561	96
Павільйони	19330	1654	2962	14848	3
у них торгових місць	87628	36880	19628	31049	71
Криті та відкриті столи, торгових місць	274988	100497	47220	124564	2707
Місця для продажу транспортних засобів на відкритих площадках, торгових місць	16675	-	-	16675	-
Місця для торгівлі з транспортних засобів, торгових місць	27343	12837	3007	7392	4107
Лотки (палатки), торгових місць	101849	5182	12186	84207	274
Кіоски (контейнери тощо), торгових місць	313032	6487	49599	256904	42
Магазини	26894	562	4923	21402	7
Об'єкти ресторанного господарства	1551	x	x	x	x
Уся площа ринків, тис.м ²	21251	x	x	x	x
з неї відведена під торгівлю, тис.м ²	13146	x	x	x	x

Джерело: [5]

Динаміка торгової мережі України за останні два роки відчуває незначний спад. На наш погляд це пов'язано із кризовими явищами, що спостерігаються в економіці України і світу (табл. 2).

На сьогодні найприйнятнішим шляхом розвитку структури й інфраструктури ринку бачиться розширення та якісне оновлення її системи. Перехід до ринкових форм і методів господарювання невідворотно викликав суттєві зміни в організаційній побудові як усієї системи інфраструктури ринку, так і тих її підрозділів, що безпосередньо займаються організацією роздрібного торговельного обслуговування. Станом на 1 січня 2013 р. в Україні налічувалось 1886 юридичних осіб у власності яких знаходилися ринки (табл. 3).

Таблиця 2

Спеціалізація торгової мережі на ринках на 1 січня

Показник	Кількість		Їх площа, тис.м ²				Кількість торгових місць	
	ринків		загальна		торгова			
	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Усього	2647	2698	21251	21318	13146	13546	867080	878987
у тому числі продовольчі	368	390	1999	1994	1130	1123	64445	67405
сільськогосподарські	228	229	1337	1257	769	705	40847	40804
інші продовольчі	140	161	662	737	361	418	23598	26601
непродовольчі	643	667	6680	6754	3624	3823	212902	218505
речові	308	320	3711	3739	1833	2018	141923	146073
автомобільні	42	45	1377	1400	840	854	26399	27673
тварин та зооринки	29	31	140	140	92	91	2443	2621
квіткові	40	42	22	23	15	16	893	1026
книжкові	9	9	75	75	50	50	4152	4152
будматеріалів і сантехники	25	25	190	190	97	96	4843	4818
запчастин	56	58	362	386	207	207	9476	8441
інші непродовольчі	134	137	803	801	490	491	22773	23701
змішані	1636	1641	12572	12570	8392	8600	589733	593077

Джерело [5]:

Таблиця 3

Кількість юридичних осіб, що мають ринки, (структурні підрозділи) на 1 січня 2013 року
(одиниць)

Область	Усього юридичних осіб	У тому числі мають на балансі				
		1 ринок	2 ринки	3 ринки	4 ринки	5 ринків і більше
Україна	1886	1709	125	38	10	4
Автономна Республіка Крим	112	102	7	3	-	-
Вінницька	71	61	8	1	1	-
Волинська	31	24	6	1	-	-
Дніпропетровська	131	112	14	2	3	-
Донецька	163	143	11	6	2	1
Житомирська	51	44	6	1	-	-
Закарпатська	59	58	1	-	-	-
Запорізька	56	50	3	1	-	2
Івано-Франківська	64	58	5	-	1	-
Київська	76	67	7	2	-	-
Кіровоградська	54	50	1	3	-	-
Луганська	81	73	6	2	-	-
Львівська	91	82	7	1	1	-
Миколаївська	53	49	2	2	-	-
Одеська	136	127	8	1	-	-
Полтавська	60	57	2	-	-	1
Рівненська	33	27	5	1	-	-
Сумська	36	30	3	3	-	-
Тернопільська	47	44	3	-	-	-
Харківська	95	86	8	1	-	-
Херсонська	54	54	-	-	-	-
Хмельницька	84	77	5	1	1	-
Черкаська	46	44	1	1	-	-
Чернівецька	43	41	1	1	-	-
Чернігівська	52	50	1	1	-	-
м. Київ	88	82	3	3	-	-
м. Севастополь	19	17	1	-	1	-

Джерело [5]:

В сучасній вітчизняній літературі фахівці виділяють такі основні типи інфраструктури:

- виробнича (інженерно-технічна) інфраструктура – сукупність інженерних комунікацій (зв'язок, водовідведення, водо-, енерго-, нафто- та газопостачання), агро меліоративних та інших споруд, що забезпечують нормальне функціонування усього комплексу виробництв у межах певної території. У межах виробничої інфраструктури необхідно виокремити інформаційну інфраструктуру. Найважливіша для інноваційного процесу така особливість сфери зв'язку, як її спроможність шляхом економії часу “індукувати” ефективність інших галузей, що споживають її послуги [9, с.108];

- соціально-побутова інфраструктура – сукупність об'єктів і закладів житлового, культурно-побутового призначення, охорони здоров'я, відпочинку, торгівлі, тобто об'єктів, які забезпечують нормальні умови життя населення.

- інституційна інфраструктура – урядові заклади, науково-дослідні, проектно-конструкторські установи, за винятком органів і закладів безпосереднього управління виробництвом, а також конструкторських бюро, проектних і науково-дослідних закладів, що беруть участь безпосередньо у виробництві.

- соціально-виробнича (санітарна) інфраструктура – сукупність видів діяльності, матеріальних об'єктів з охорони природи та оздоровлення довкілля.

Існуюча складна економічна ситуація в сільському господарстві, зокрема проблеми розвитку інфраструктури аграрного ринку все більше привертають увагу вчених тих країн, які в кінці ХХ ст. стали на шлях реформування економік соціалістичного типу.

Вивчення літературних джерел з аграрної економіки засвідчує, що в загальнотеоретичному плані поняття „інфраструктура аграрного ринку” близьке до загальноновизнаного. Разом із тим наявні певні відмінності. Вони в першу чергу обумовлені особливостями розвитку аграрної галузі та характеристикою продукції (товару), ринковий обіг якої обслуговує інфраструктура. Тобто сучасна інфраструктура аграрних ринків розвивається відповідно до потреб останніх у таких послугах.

В сучасних умовах ринкова інфраструктура – один з найважливіших механізмів створення конкурентного середовища в країні і забезпечення ефективного функціонування національної економіки. Головне її завдання полягає у забезпеченні ефективного функціонування ринкових механізмів шляхом безперервного здійснення господарських взаємозв'язків та взаємодії суб'єктів господарювання, регулювання грошових, товарних, інформаційних потоків з метою подальшого зростання агропромислового виробництва та забезпечення соціально-економічної стабільності в країні.

Вона відображає прями та опосередковані зв'язки виробників сільськогосподарської продукції з діловими партнерами, які, з одного боку – обслуговують просування товарного продукту до кінцевого споживача, а з другого – представляють ринок матеріально-технічних ресурсів та послуг, а також фінансово-кредитне обслуговування ринкового товарообігу.

Поняття інфраструктури ринків сільськогосподарської продукції та продовольства трактується у спеціальній літературі у вузькому і широкому розумінні. У першому випадку інфраструктура продуктового ринку – це “сукупність посередницьких, торговельно-посередницьких та торговельних підприємств, на яких безпосередньо здійснюються операції купівлі-продажу сільськогосподарської продукції та продовольства з участю покупців та продавців і генеруються ринкові ціни як ціни попиту та пропозиції”. Зокрема, на думку Ю.С. Коваленка, ринковою інфраструктурою є тільки “місця контактування”, решта – це транспортна, інформаційна, фінансова інфраструктура [7, с.89]. При цьому до системи підприємств ринкової інфраструктури пропонується відносити: при оптовій реалізації - товарні біржі, оптові ринки, торгові доми, ярмарки, аукціони; при роздрібній реалізації - міські та сільські ринки, магазини роздрібної торгівлі, підприємства громадського харчування, фірмові магазини сільськогосподарських та переробних підприємств .

У широкому розумінні ринкова інфраструктура АПК – це “система підприємств, організацій, закладів виробничої та невиробничої сфер, які покликані обслуговувати товаровиробників, створювати умови для своєчасного і безперервного нарощування обсягів пропозиції продукції на ринку” [8, с.322]. Елементами інфраструктури при такому підході є транспорт, складське господарство, зв'язок, системи цінового моніторингу, стандартизації, сертифікації, страхування, а також місця контактування товаровиробників з покупцями їхньої продукції. Ринкова інфраструктура покликана обслуговувати процес ринкового товарообміну, забезпечувати його надійність, прозорість та стабільність.

Окремі автори вважають, що інфраструктура ринку в цілому та його окремих видів (сегментів) — це сукупність посередників, які здійснюють рух товару до споживача, та інститутів (структур), які обслуговують суб'єкти ринкових відносин” [9, с.123]. Сюди вони відносять різноманітність каналів реалізації, форм купівлі-продажу, посередників і покупців, а також розвинуту мережу сервісного, насамперед науково-інформаційного обслуговування товаровиробників, посередників і покупців. При цьому вони роблять висновок, що створення ринкової інфраструктури, цілісної сукупності її елементів (інститутів) є одним з найважливіших напрямів переходу до цивілізованих ринкових відносин [10, с. 163-165].

На нашу думку, в основі концепції становлення й розвитку інфраструктури аграрного ринку повинен бути принцип необхідності формування такої інфраструктури, яка забезпечувала б загальні

умови для підтримки стійких конкурентних переваг усіх підприємницьких структур у ланцюгу товарообігу продовольства: товаровиробник – оптовик – роздрібна торгівля – кінцевий споживач.

Таким чином, на основі аналізу літературних джерел щодо сутності ринкової інфраструктури нами визначено, що інфраструктура ринку продукції АПК – це сукупність посередницьких підприємств, які покликані обслуговувати товаровиробників, забезпечуючи процес ринкового товарообміну, здійснювати рух товару до споживача шляхом купівлі-продажу сільськогосподарської продукції та продовольства з участю покупців та продавців і генерувати ринкові ціни як ціни попиту та пропозиції.

Вивчення літературних джерел з питань поелементного складу інфраструктури засвідчує, що у наукових публікаціях українських вчених, які досліджують аграрні ринки, елементи ринкової інфраструктури групуються у такі три блоки:

– організаційно-технічна інфраструктура: товарні біржі й аукціони, торгові дома і торгові палати, холдингові та брокерські компанії, інформаційні центри і ярмарки, пункти прокату й лізингу, державні інспекції, різного роду асоціації підприємців і споживачів, транспортні комунікації й засоби оперативного зв'язку;

– фінансово-кредитна інфраструктура ринку: банки, фондові й валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій тощо;

Невід'ємним елементом інфраструктури товарного ринку є широка мережа маркетингових посередників. Залежно від видів діяльності в структурі маркетингових посередників можна виділити такі, як торговельні, страхові, транспортні, кредитно-фінансові, рекламні та консалтингові фірми.

На ринку продовольства структурними агентами є підприємства по виробництву і переробці сільськогосподарської продукції, контрактно-заготівельні організації і аграрні товарні біржі.

Слід відзначити, що організація посередництва в «продовольчому» комплексі США, який включає компанії з переробки фермерської продукції, оптової та роздрібною торгівлі, а також підприємства громадського харчування, має свої особливості. Провідну роль тут відіграють великі корпорації харчової промисловості і великі торговельні фірми, які займаються оптовою і роздрібною торгівлею продовольством, у тому числі сільськогосподарськими продуктами. Переробні і торговельні фірми, корпорації і компанії через мережу своїх підприємств здійснюють переважно безпосередні закупівлі продукції у фермерських господарств на дилерських умовах.

Висновки з даного дослідження. Ринкова інфраструктура виявляє позитивний вплив на ефективність агропромислового виробництва, зокрема на функціонування заготівельно-збутової сфери АПК. Система її підприємств, організацій, закладів виробничої та невиробничої сфери обслуговують товаровиробників, створюють умови для своєчасного і безперервного нарощування обсягів пропозиції продукції на ринку. Її підприємства й організації виконують також функції: оптової торгівлі; транспортування; зберігання; комунікаційного зв'язку; стандартизації; сертифікації; цінового моніторингу; інформаційної служби.

Ринкова інфраструктура є цілісною системою, яка об'єднує в собі окремі підсистеми: організаційну – біржі, оптові, брокерські, дилерські та інші посередницькі організації, власні комерційні структури великих концернів, підприємства роздрібною торгівлі; матеріальну – складське і тарне господарство, транспортні системи; інформаційну – інформаційні системи за споживачами, виробниками, цінами, банківськими послугами; кредитно-розрахункову – банківські і страхові установи, фінансові інвестиційні компанії, які покликані обслуговувати товаровиробників, забезпечуючи процес ринкового товарообміну, здійснювати рух товару до споживача шляхом купівлі-продажу сільськогосподарської продукції та продовольства з участю покупців та продавців і генерувати ринкові ціни як ціни попиту та пропозиції. Проблемою повноцінної інфраструктури ринку є повільне створення мережі пунктів заготівлі сільськогосподарської продукції.

Література

1. Словник термінів ринкової економіки / Під заг. ред. проф. В.І. Науменка. – К.: "Глобус", 1996. – 288 с.
2. Новоселов А.С. Рыночная инфраструктура региона: Проблема формирования и развития / А.С. Новоселов. – Новосибирск: ЭКОР, 2006. – 288 с.
3. Солоха М.А. Существующие концепции инфраструктурного обеспечения деятельности организации / М.А. Солоха // Омский научный вестник. – 2009. – № 4 (79). – С. 70–73.
4. Гриценко А. Ринкова інфраструктура: суть, функції, будова / А. Гриценко, В. Соболев // Економіка України. – 1998. – № 4. – С. 18 – 26.
5. Наявність і використання торгової мережі на ринках : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К.: Державна служба статистики України, 2013. – 46 с.
6. Федько В.П. Инфраструктура товарного рынка / В.П. Федько, Н.Г. Федько. – Ростов н/Д: Феникс, 2000 – 512 с.
7. Коваленко Ю.С. Сільськогосподарське підприємство в ринковому середовищі /

Ю.С. Коваленко. – К. : ІАЕ УААН, 2000. – 204 с.

8. Основні напрями високоефективного розвитку агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі. – К. : ІАЕ УААН, 2012. – 550 с.

9. Розвиток секторів і товарних ринків України / В.О. Точилін, К.В. Гуменюк, Т.П. Загорська та ін.; В.О. Точилін (ред.); НАН України. Інститут економічного прогнозування. – К., 2001. – 398 с.

10. Самсонова О.Ю. Функциональная дифференциация институтов производственной инфраструктуры регионального АПК / О.Ю. Самсонова // TERRA ECONOMICUS (Экономический вестник Ростовского государственного университета). – 2009. – Том 7. – № 1. (Часть 2). – С. 162–166.

УДК 004.453

Азарова А.О.,
к. т. н., професор кафедри адміністративного
та інформаційного менеджменту
Головка О.С.,
Коберник Н.С.,
Вінницький національний технічний університет

ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ НА ОСНОВІ НОВІТНІХ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ

Постановка проблеми. Формування маркетингової політики підприємства є найважливішим завданням його функціонування на перспективу.

Підприємствам за умов жорсткої конкуренції та ситуації, що швидко змінюється, доводиться не лише зосереджувати увагу на стані внутрішнього середовища підприємства, але й розробляти довгострокову політику, яка дозволяла б їм вести діяльність адекватно до зовнішніх змін [1].

Нині для створення конкурентних переваг, розвитку бізнесу керівництво підприємством повинно приймати величезну кількість рішень, і з цією метою має порівнюватися і оцінюватися великий обсяг інформації, повнота і достовірність якої найчастіше залишають бажати кращого [2]. Без наявності точної інформації керівник, зазвичай, приймає рішення інтуїтивно. Щоб уникнути такої ситуації на підприємствах слід впроваджувати відповідні програмні засоби (ПЗ).

Зараз на українському ринку представлено багато різних програмних продуктів для промислових підприємств, банків, страхових компаній і т.п. Усі ці системи різняться за ціною, функціональними можливостями, термінами виконання, проте кожен із розробників намагається позиціонувати свій продукт. Не зважаючи на наявність відповідних інформаційних систем, їх впровадження у практику функціонування підприємств є досить обмеженим. Це пов'язано з відсутністю обґрунтування універсального, доцільного за різними критеріями програмного продукту, який був би спроможним покращити маркетингову політику на підприємствах. Тому актуальним є обґрунтування оптимального програмного засобу, що задовольняє як функціональні, цінові та інші критерії і дозволяє удосконалити маркетингову політику підприємства [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема покращення маркетингової політики на сучасних підприємствах займалися такі закордонні дослідники, як М. Рафік, П. Ахмед, С. Форман, А. Мані, Р. Вері, В. Льюїс, Н. Пірсі, Л. Харріс, Іан Лінгс та вітчизняні такі, як А.В. Войчак, А.Ф. Павленко та ін. [4]. У більшості наукових розвідок надають пріоритет мотивації серед інструментів внутрішнього маркетингу та наголошують на використанні маркетингових або на зразок маркетингових заходів з метою її посилення. Водночас, думки вчених розходяться щодо того, яким чином внутрішній маркетинг має бути впроваджений. Беручи до уваги виявлені розбіжності у дефініціях внутрішнього маркетингу, можна зауважити на необхідності подальшого розвитку теорії і практики [5].

Отже, дослідження в галузі інформаційного менеджменту є надзвичайно актуальними на сьогоденному етапі.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка рекомендацій та пропозицій щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємстві шляхом застосування сучасних інформаційних систем.

Вигляд основного матеріалу дослідження. Сьогодні існує безліч закордонних та вітчизняних програмних засобів, що дозволяють покращити маркетингову політику. Розглянемо основні з них у таблиці 1.