

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

**ДНІ  
НАУКИ  
2016**



# **ЗБІРНИК наукових тез**

*за матеріалами студентських*

*наукових читань*

**частина I**

**Тернопіль, 2016**

**ББК-72**

**З-41**

**Збірник наукових тез:** за матеріалами студентських наукових читань. - Навчально-практична майстерня редакційно-видавничих технологій Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола, Тернопіль, 2016. - 172 с.

**Редакційна колегія** — голови ЦК Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола: Баб'юк О. В., Гладчук О. П., Добровольська С. Я., Зарихта О. В., Залюбовська М. В., Криховець-Хом'як Л. Я., Лубкович Н. З., Манчевська Н. О., Решетуха Т. В., Питель Н. С., Посвятовська О.Б., Прокопчук Н. Р., Стефурак Н. А., Спільніченко О. І.

**Відповідальний за випуск:** Гелецька І. О., заступник директора з наукової та навчально-виробничої роботи

Збірник тез за матеріалами студентських доповідей, виголошених на Днях науки, які відбулися у Галицькому коледжі імені В'ячеслава Чорновола 4-15 квітня 2016р.

При публікації максимально збережено орфографію, пунктуацію та стилістику запропоновану авторами та підтриману науковими керівниками. За зміст праць та достовірність наведених фактів і статистичних даних відповідальність несуть автори та їх наукові керівники.

Колектив авторів, 2016

© Галицький коледж  
імені В'ячеслава Чорновола, 2016

## ЗМІСТ

СЕКЦІЯ ВИДАВНИЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ .....	4
Фантастична література на книговидавничому ринку України .....	4
Літературні агенції як спосіб залучення нових авторів до видавничого процесу: світовий і український досвід .....	9
Службова частина книги крізь призму часу .....	14
Робота редактора над навчальним виданням .....	18
СЕКЦІЯ ДИЗАЙНУ .....	22
Використання сучасних технік та засобів у вирішенні проблеми хвилястого волосся .....	22
Колір, як фактор виразності в дизайні .....	25
Анатомія в мистецтві .....	27
Аналіз креативних видів декоративного оздоблення сучасного одягу .....	30
Комп'ютерна графіка в сучасному дизайні інтер'єру .....	34
Дослідження впливу першої школи дизайну «баухауз» на формування необхідних якостей сучасного дизайнера .....	38
Еволюція крою чоловічого костюму на зламі століть .....	41
Доцільне використання сучасних комп'ютерних програм для виконання графічних зображень .....	43
Модні тенденції в ландшафтному дизайні .....	45
Ідея реформи костюму в творчості дизайнерів .....	49
Елементи креативу у сучасному дизайні .....	51
СЕКЦІЯ ЕКОНОМІКИ .....	55
Фандрайзинг як засіб пошуку джерел фінансування неприбуткових організацій .....	55
Маркетингові війни брендів в сучасних умовах конкуренції .....	60
Залучені кошти комерційних банків та механізм управління ними .....	66
Проблеми бідності в Україні, показники і шляхи подолання .....	69
Єдиний податок для суб'єктів малого підприємництва: суб'єкти, особливості справляння .....	73
«Веселий споживчий кошук» на великдень від кабіну .....	77
Фудшерінг — німецький досвід реалізації .....	81
альтернативних економічних ідей .....	81
Вплив грошових переказів трудових мігрантів на економіку України .....	91
СЕКЦІЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ .....	95
Неологізми в сучасній англійській мові .....	95
Характеристика основних лексичних та граматики-орфографічних відмінностей між британським та американським варіантами сучасної англійської мови .....	100
Професія перукаря в Україні та англійських країнах (на прикладі Англії) .....	105
Граматики особливості англійських прислів'їв .....	111
Порівняльний аналіз фразеологізмів на позначення тварин у німецькій та українській мовах .....	114
Граматики та лексико-семантики засоби вираження ввічливості в сучасній англійській мові .....	121
СЕКЦІЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ .....	125
Дослідження структури інформаційного забезпечення туристичної діяльності .....	125
Підтримка прийняття рішень при розв'язанні задач оцінювання та вибору альтернативних шляхів розвитку туризму .....	129
Особливості електронних платіжних систем в структурі ринку електронної комерції України .....	133
Використання інформаційних технологій в розробці декору вишивкою .....	144
Використання середовища розробки arduino для керування клімат-контролем будинку .....	148
Аналіз сучасних програм для моделювання Patter Maker for Cross Stich .....	153
Дослідження інструментальних засобів для розробки android-додатків .....	158
Гетерогенна архітектура процесорів .....	162
Реалізація онлайн сервісу для фрілансерів .....	167

**СЕКЦІЯ ВИДАВНИЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА**  
**ЖУРНАЛІСТИКИ**

УДК 821.161.2-31.9.09

*Борисенкова Юлія, студентка IV курсу  
спеціальності «Видавнича справа та редагування»,  
науковий керівник кандидат наук  
із соціальних комунікацій Решетука Т. В.*

**ФАНТАСТИЧНА ЛІТЕРАТУРА НА КНИГОВИДАВНИЧОМУ  
РИНКУ УКРАЇНИ**

Фантастична література є однією із найпопулярніших на світовому книговидавничому ринку. Ця група видань об'єднує велику кількість різножанрових (переважно прозаїчних) творів. Попри популярність цієї літератури серед різновікової читацької аудиторії, до сьогодні не існує загальноприйнятої класифікації фантастики, так само як відсутні будь-які дослідження ринку фантастичної літератури в Україні. Це і зумовлює актуальність цієї роботи.

Мета роботи – класифікація найпопулярніших напрямків фантастики та дослідження її на книговидавничому ринку України.

Ще недавно фантастична література не розглядалась як різновид справжньої, якісної літератури. Сьогодні ситуація кардинально змінилась. Все більше дослідників почали звертати увагу на цей жанр. Значна кількість якісних видань, великий попит читацької аудиторії призвели до появи великої кількості спроб осмислити цей феномен. Проте усталеної класифікації фантастики як жанру літератури, як і самого визначення терміну сьогодні немає.

В першу чергу це пов'язано і з проблемою визначення самого терміну «фантастика». Існує два підходи до його визначення – фантастика як жанр і як художній прийом літератури та мистецтва, хоча деякі науковці з'єднують дані визначення в одне [4].

Щоб виокремити фантастику з-посеред решти літературно-художніх видань традиційно послуговуються трьома критеріями [3]. По-перше, фантастика обов'язково повинна мати вигаданий, фантастичний елемент, який принципово неможливий чи не зустрічається в реальності. Його відсутність автоматично переводить твір у розряд звичайної художньої літератури. По-друге, фантастичний елемент не має бути алегорією (мати переносне значення), тобто він повинен сприйматися читачами як фантастика у прямому значенні слова. По-третє, фантастика повинна належати до «вторинної художньої реальності» [3].

В основі усіх аналізованих нами класифікацій лежить тип вторинної реальності (світу), який діє у творі. Якщо світ твору детермінований фізичним законам реального світу з передбачуваним результатом, то йдеться про наукову фантастику (science fiction), якщо він адетермінований (закони науки не діють і можливе все), – то це фентезі (fantasy) [1]. Але останнім часом утворилося чимало піджанрів, а також тих жанрів які виникли при змішуванні наукової фантастики та фентезі. У результаті сьогодні склалася ситуація, коли межі понять «наукова фантастика» і «фентезі», які раніше фактично розділяли фантастичну літературу на двоє, розмилися [2].

В узагальненому вигляді сучасна класифікація жанрів фантастичної літератури може мати наступний вигляд:

### **Фантастика**

#### ***Наукова фантастика***

- жорстка
- хронофантастика
- утопія та антиутопія
- таймпанк
- космоопера
- планетарна

#### ***Наукове фентезі (Технофентезі)***

- м'яка

#### ***Фентезі***

- героїчне
- епічне
- міфологічне
- гумористичне
- історичне

- бойова пригодницька
- альтернативна історія
- апокаліптика та постапокаліптика
- соціальна фантастика (тільки м'яка)
- сучасне (міське)
- темне фентезі.

*Рис. 1. Схема жанрів сучасної фантастичної літератури*

В Україні загалом читають мало, фантастику – іще менше, а україномовну – поготів, якихось 170 тисяч чоловік [5]. При цьому, фантастика як літературний жанр більш популярна у Східній, російськомовній частині держави, тоді як україномовну літературу більше схильні читати у Західній Україні. Але україномовна література не дорівнює україномовній фантастиці. Україномовна фантастика сьогодні більше популярна у Східній Україні, ніж у Західній, що зумовлено більшою популярністю жанру у цій частині держави. Та, оскільки кількість потенційних читачів української книги у Східній Україні є меншою ніж у Західній, ми маємо, відповідно, низькі показники її продажів. Швидше за все причина не у тому, що на Західній Україні не цікавляться фантастикою, оскільки цей показник має бути більш-менш сталим для різних регіонів країни. Причину такої диспропорції у тому, що переважна кількість фантастики в Україні виходить російською мовою, і саме тому її і не читають в традиційно україномовній західній частині держави [5].

Аналіз репертуару фантастичної літератури показав, що більшість видавництв, що випускають художню літературу, видають хоча б одне видання у жанрі фантастика на рік. Проте найбільше видань за період з 2008 по 2015 рік випустили видавництва «Зелений пес» (для цього видавництва це провідний жанр), «Клуб сімейного дозвілля» (популярні фантастичні твори серед молоді), «Країна мрій» (популярні твори серед молоді та дітей), «Теза» (фантастика орієнтована в основному на дітей) та

«Астролябія» (твори Дж. Р. Толкіна).

Що стосується більш популярних жанрів, то наукової фантастики видають значно менше, ніж фентезі (35% до 65%). Зокрема, зовсім відсутня вона у репертуарі видавництв «Астролябія», «Теза»; складає близько 10 % видавничого репертуару у «Ранку», «Фоліо» «А-ба-ба-га-ла-ма-зі», «Видавництва Старого Лева», «Видавництво Степана Жупанського». Лише у видавничому репертуарі видавництва «Навчальна книга – Богдан» переважають науково-фантастичні видання (73%).

За авторами видавництва друкують частіше зарубіжних письменників, ніж українських. До того ж якщо і видають українських письменників, то здебільшого ця література орієнтована на дітей до 12 років. Однією з основних причин є недостатня популярність фантастики серед інших жанрів в Україні і те, що цей жанр у нас ще тільки розвивається.

Українські видавництва в останні роки все активніше долучаються до випуску видань на фантастичну тематику. Проаналізований нами видавничий репертуар українською мовою шістнадцяти видавництв дозволив зробити висновки, що в Україні видають переважно перекладну фантастику (60 % до 40 %), хоча є видавництва, де національна фантастика переважає зарубіжну («Зелений пес», «Теза») або зарубіжна фантастика у репертуарі відсутня («Фоліо», «Грані Т», «Видавництво Києво-Могилянської Академії», «Мандрівець»).

Оскільки інтерес до фантастики завжди посилюється в переломні моменти історії, наукові і промислові перевороти, в періоди соціального і духовного неспокою, то ми можемо очікувати, що ці видання будуть актуальними на книжковому ринку України ще тривалий час.

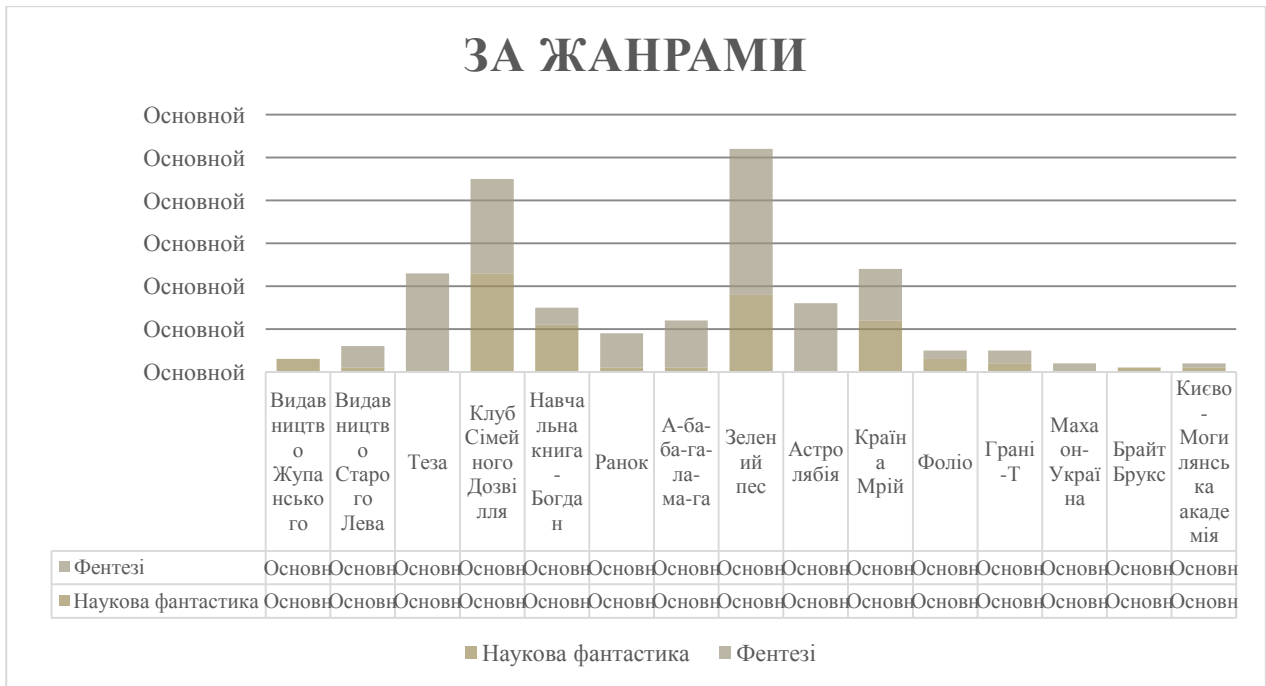


Рис 2. Розподіл видань на фантастичну тематику за жанрами

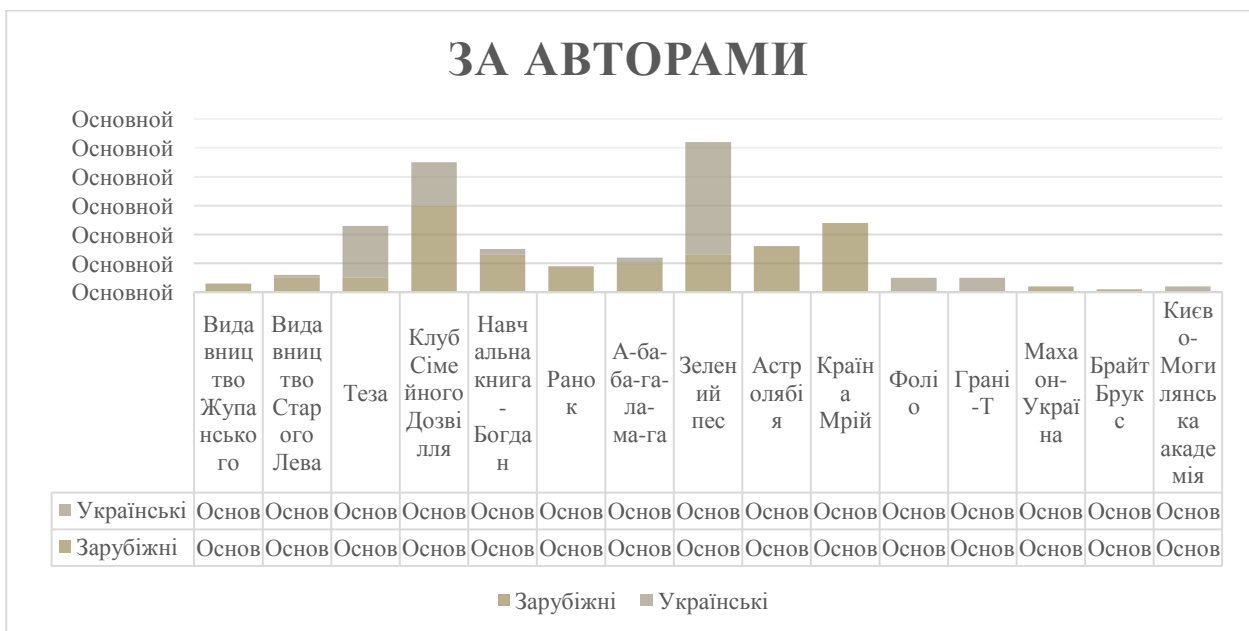


Рис. 3. Розподіл видань на фантастичну тематику за авторами

#### Список використаних джерел:

1. Бережной С. Хьюго Гернсбек на пути к «AmazingStories» [Електронний ресурс] / Сергей Бережной. – Режим доступу : <http://barros.rusf.ru/article029.html>. – Назва з екрану.

2. Разновидности таймпанка. [Електронний ресурс]// Pro-Steampank. Електронні дані. – Режим доступу : <http://pro-steampunk.ru/raznovidnosti-timerpunk.php> (Дата звернення: 05.10.2015). – Назва з екрану.



3. Фантастическоедопущение [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://litmasters.ru/pisatelskoe-masterstvo/fantasticheskoe-dopushhenie.html>(Дата звернення: 07.10.2015)). – Назва з екрану.

4. Чигиринська О. Фантастика: виборжанра, виборхронотопа[Електронний ресурс] / О. Чигиринская. – Режим доступу : <http://www.e-reading.club/book.php?book=91838>– Назва з екрану.

5. Чирук С. Хто і скільки читає українську фантастику? [Електронний ресурс] / Святослав Чирук // Клуб любителів української фантастики. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://www.ukrfantclub.com.ua/statti/hto-i-skilkim-citae-ukraienomovnu-fantastiku> (Дата звернення: 04.10.2015). – Назва з екрану.

УДК 349.2: 331.2(477)

*Братків Анастасія, студентка 3 курсу,  
спеціальності «Видавнича справа та редагування»,  
науковий керівник кандидат наук  
із соціальних комунікацій Решетуха Т.В.*

## **ЛІТЕРАТУРНІ АГЕНЦІЇ ЯК СПОСІБ ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ АВТОРІВ ДО ВИДАВНИЧОГО ПРОЦЕСУ: СВІТОВИЙ І УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД**

Актуальність окресленого дослідження зумовлена необхідністю дослідження сучасного стану, проблем та перспектив літературних агенцій та літературних агентів на книговидавничому ринку України. Огляд перспектив українських літературних агенцій та порівняння їх із світовим досвідом.

Мета наукового дослідження – з'ясувати особливості функціонування літературних агенцій в Україні у порівнянні зі світовим досвідом.

У країнах Європи та Америки давно існує інститут агентів, він діє в усіх мистецьких сферах. Художники, музиканти, письменники, актори,

модельєри, фотографи – фактично всі, хто виробляють творчий продукт – мають своїх представників у діловому світі.

На світовому книжковому ринку існує повноцінний інститут літературних агентів та агенцій. Наприклад, у США, перш ніж створити професійне та прибуткове літературне агентство, потрібно тривалий час працювати у видавництві, щоб здобути належний досвід, лише тоді, літературна агенція може бути конкурентоздатною.

Одним із прикладів відомої у світі літературної агенції є Trident Media Group (TMG), яка займає одне з провідних місць у Північній Америці. Її головний офіс знаходиться у Нью-Йорку. У його доробку є широкий діапазон творів різних жанрів художньої та наукової літератури, серед них багато бестселерів та видань, що отримали численні світові нагороди: Пулітцерівську премію, Національну книжкову премію (США), Національну книжкову нагороду (США), премії «Перо Фолкнер», Хемінгуей, Букерата та інші. TMG є одним з провідних, найбільших і найбільш диверсифікованих літературних агентств у світі [5].

Літературні агенти об'єднуються в професійні асоціації. Прийняття в члени подібних асоціацій рівнозначно сертифікату якості роботи агента. Асоціації літературних агентів випускають бюлетені, проводять конференції та виробляють стандарти професійної діяльності.

Варто зазначити, що на одному з американських порталів [www.writers.net](http://www.writers.net) зареєстровані літературні агенти, котрі представляють Україну, а це – Гарі Пеннок (Gary Pennock) та О. Слєпченко (Kseniya Slepchenko) – представляє українське літературне агентство (м. Харків).

Це, безперечно, позитивний приклад того, що наші представники долучаються у світову видавничо-промоційну систему.

Професія літературного агента в Україні не є популярною та достатньо визнаною, ситуація в Україні, в порівнянні зі світовим досвідом, зовсім інша. Як правило, літературні агенції створюють у структурі видавництв чи книгарень, хоча існують і приватні літературні агенти, які діють

одноосібно. В Україні є лише два загально визнаних незалежних літературних агента – Юлія Гаврилова та Євген Чуприна. Юлія Гаврилова співпрацює з багатьма сучасними українськими авторами, як-от Олександр Красюк, Юрій Іздрик, Ірена Карпа, Андрій Кокотюха, брати Капранови, Наталія Юницька, Андрій Котлярчук, Сергій Лобода.

Літературним агентам також цікава така співпраця, але мала кількість українських письменників звертаються до послуг літературного агента чи агенцій. Письменники поки що працюють без таких посередників або їх роль неформально виконують інші некваліфіковані працівники, натомість у західних країнах письменник без літературного агента – це анахронізм.

Стосунки між автором і літературним агентом регулюються Законом України «Про авторське право і суміжні права», а також законодавством у галузі видавничої справи. Закон України «Про видавничу справу» не містить жодної згадки про такі реалії сучасного редакційно-видавничого процесу як літературний агент.

Порівняння українського і світового досвіду засвідчило, що за кордоном видавництва спілкуються з автором тільки через посередництво літературних агенцій (агентів), натомість в Україні літературних агенцій (агентів) — одиниці, а функції літературних агентств традиційно виконують видавництва. Більшість українських літературних агенцій не можна вважати повноцінними, адже вони поєднують свою діяльність із видавничою, яка є основною.

Хоча інститут літературних агенцій в Україні перебуває на зародковому етапі розвитку, в українських авторів є досвід подібної співпраці, більше того, деякі письменники мають постійних особистих агентів, які представляють їх інтереси в Україні та за її межами.

Наприклад, із німецьким агентством «Nibbe & Wiedling» співпрацюють такі письменники: Н. Сняданко, Т. Прохасько, Лада Лузіна, М. і С. Дяченки, Н. і О. Шевченки; І. Карпа співпрацює з російським літературним агентством «Gourmen & Smirnova»; А. Курков співпрацює з

швейцарським літературним агентством «Dyohenes»; культовий молодіжний письменник Л. Дереш мав ділові стосунки з американсько-англійським агентством «Regal Literary Inc.»; О. Забужко співпрацює з німецьким літературним агентом Галіною Дурстгофф.

Шляхи налагодження співпраці між цими авторами та літературним агенціями й агентами різні, але очевидною є популярність цих авторів в Україні та за її межами.

На теренах українського видавничого ринку в рамках круглих столів теоретики і практики неодноразово піднімали питання щодо необхідності літературних агентів [3]. Під час таких обговорень називали їх ймовірні функції, серед з них:

- 1) інформувати читача про наявність певної книжки конкретного автора (тобто бути персональним промоутером);
- 2) оцінювати якість рукописів, що надходять у руки агенту та стати головним центром захисту авторського права;
- 3) спростити роботу видавництвам з купівлею продажем авторського права та літературного твору;
- 4) представляти інтереси автора на західному книжковому ринку;
- 5) захист інтересів клієнтів, передача та повернення авторських та суміжних прав, контроль звітів, спільна з автором робота над текстом, організація презентацій, виступів, спілкування з медіа [1].

Одним із основних обов'язків літературного агента є надання юридичних послуг, а саме:

- 1) літературний агент зобов'язаний сумлінно виконувати свої обов'язки і додержуватися вимог законодавства, захищати інтереси особи, яку він представляє;
- 2) літературний агент зобов'язаний зберігати в таємниці відомості, одержані ним під час здійснення своїх професійних обов'язків, зокрема суть порушених особою, яку він представляє, питань, зміст консультацій, порад, роз'яснень тощо;

3) літературний агент зобов'язаний відмовитися від надання своїх послуг або припинити їх надання, якщо вони можуть бути використані у справі, в якій він вже представляв або консультував іншу особу з протилежними інтересами і конфлікт не був вирішений.

4) літературний агент несе відповідальність за невиконання чи неналежне виконання своїх повноважень відповідно до умов договору [2].

Представляючи інтереси автора у видавництві літературний агент:

- 1) подає авторські оригінали видавцям;
- 2) проводить переговори стосовно укладання видавничих договорів;
- 3) веде перемовини з видавцями щодо посилення маркетингової активності для збільшення обсягу продажів;
- 4) веде облік авторських гонорарів;
- 5) веде перемовини з іноземними партнерами [3].

Висновки ж щодо українських реалій діяльності літературних агенцій як важливої складової видавничої справи залишаються невтішними. Перераховані причини лежать у межах видавничої галузі, тобто належать до факторів мікросередовища.

Більш глибокі причини повільного розвитку нових явищ у книговиданні коріняться за відсутності законодавчого поля, недостатній державній підтримці соціально значущих напрямків друкарства та не менш важливої обставини — небажання самих авторів долучатися до зв'язку: автор—літературний агент—видавництво—споживач.

### **Список використаних джерел:**

1. Гаврилова Ю. Наявність літературного агента не додає митцеві таланту, проте значно полегшує життя [Електронний ресурс] / Ю. Гаврилова — Режим доступу : <http://www.chytomo.com/rozdil/epichnyu-heroy/yukahavrylova-nayavnist-literaturnoho-ahenta-ne-dodaye-myttsevi-talantu-proteznachno-polehshuye-zhyttya.html> (12. 03. 2013). – Назва з екрану.

2. Волосевич І. Літературний агент — що це таке? [Електронний

ресурс] / І. Волосевич // Книжковий огляд. — 2003. — № 5. — Режим доступу: <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=6154> (9. 03. 2013). — Назва з екрану.

3. Гай А. Літературний агент в Україні: реалії та перспективи / Анна Гай // Український інформаційний простір : науковий журнал. — К., 2013. — С. 235–240.

4. Кухарчук Р. І. Новий Журналіст : навч. посіб. / Р. І. Кухарчук . — К. : Брайт Стар Паблішинг, 2014. — 208 с.

5. Leading Literary Agency : Homepage [Електронний ресурс] .— Режим доступу: <http://www.tridentmediagroup.com/>

УДК 002.2

*Власова Юлія, студентка II курсу  
спеціальності «Видавнича справа та редагування»,  
науковий керівник Прокопишин Ю. В.*

## **СЛУЖБОВА ЧАСТИНА КНИГИ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЧАСУ**

В сучасному суспільстві, перенасиченому інформаційними технологіями та інноваціями, важливо втримати суспільний інтерес та зберегти сутність духовного багатства друкованої книги. Оскільки з плином часу з'являється безліч найрізноманітніших та різноформатних «замінників», друкована книга має залишатися якісною та комфортною для читання, або ж навіть ставати все кращою.

Зручність читання книги, яке полягає у правильній розробці концепції видання – вибору її формату, типу паперу, якості палітурних робіт чи скріплення – залежить також не лише від зовнішніх, але й від внутрішніх елементів, однак – позатекстових. Таким є увесь спектр службової частини книги, що зумовлює актуальність обраної теми в сучасному вимірі дослідження друкованої книги загалом.

Службова частина (апарат) видання – це напрацьований історичним

досвідом і регламентований певними нормами, зразками, стандартами тієї чи іншої країни мінімум уніфікованих інформаційних матеріалів видавничого походження, який вміщується здебільшого на початкових і прикінцевих сторінках видання з метою його ідентифікації користувачами як усередині країни, так і за рубежем, а також для бібліографічного опрацювання та статистичного обліку [6, С. 156].

Новизна роботи полягає у з'ясуванні важливості службової частини книги чи окремих її елементів для сучасного читача, враховуючи стрімкий розвиток і електронного книговидання, і інших засобів отримання інформації, не менш зручної для масової аудиторії.

Метою роботи є дослідження апарату книги та модифікацій, яких він зазнавав протягом віків.

Образ книги з епохами змінювався. Те, що колись можна було назвати найпершим елементом службової частини видання, сьогодні займає своє місце серед компонентів зовнішнього оформлення або зовнішньої конструкції книги. Так, надписи на глиняній табличках бібліотеки Ашшурбаніпала, заснованої у 668-627 рр. до н. е, свідчать про перші спроби здійснити опис вихідних відомостей «видання»: на кожній табличці було написано ім'я власника бібліотеки (своєрідний екслібрис) – «Палац Ашшурбаніпала, царя царів, царя Ассирії», у колофоні було наведено назву оригінальної таблички, з якої було зроблено копію, а також номер таблички в межах серії, яка утворювала цілісний твір – сучасний прототип нумерації сторінок загального видання.

Уже від початків друкарства можна вести мову про виникнення у редакційно-видавничій практиці вимог щодо змістової побудови книги та її частин: вступної, заключної, службової та основного тексту. Таке раннє запровадження у друкарську практику елементів внутрішньої структури книги засвідчує, що за її творення бралися люди не лише добре підготовлені, висловлюючись сучасною мовою, з поліграфічного боку, а передусім з наукового, освітнього [5, С. 270].

Титульним аркушем та його оформленням українські друкарі зайнялися досить пізно у порівнянні із Заходом. Вперше титул з'являється у «Читанці» Івана Федорова (Федоровича) 1578 року. Однак перші вихідні відомості на ньому не були уніфікованими, а залежали від старання та фантазії самого ж друкаря.

Дуже поширеним впродовж віків був рідко вживаний сьогодні елемент службової частини (науково-допоміжного апарату книги) під назвою «посвята» (або «присвята»). Оскільки видавнича справа не була бізнесового типу зі штатом працівників, які б, у тому числі, й займалися торгівлею виданнями, отримання прибутку для випуску наступних книжок, то для друкування книжки шукався меценат. Саме для нього у прозовій чи віршованій формі писали посвяту, висловлюючи вдячність та захоплення благородним вчинком.

У радянській теорії апарат книги (службова частина) включав у себе практично усе, що не стосувалося авторського тексту.

Сьогодні ж службова частина чітко уніфікована та регламентована державними стандартами. Згідно концепції змістової конструкції книжкового видання, викладеної М. Тимошиком, елементи «апарату» логічно переходять у повноправні структурні одиниці в окремих частинах цієї конструкції:

- службовій (вихідні відомості);
- вступній (передмова, історико-біографічний нарис);
- заключній (післямова, коментарі, додатки, покажчики, списки скорочень і умовних позначень, бібліографія тощо) [6, С. 324].

У роботі наведено результати опитування у формі анкетування, які демонструють важливість окремих елементів службової частини для сприймання та зручного орієнтування у змісті сучасної друкованої книги, та, навпаки, – недоцільність використання певних компонентів апарату.

Вибірка з 50 опитаних людей різного віку та статі продемонструвала окрім іншого те, що серед орієнтуючих текстів читачі віддають перевагу



саме змісту, а от бібліографічний покажчик не є надто суттєвим для користування книгою.

Загалом службова частина як стандартизована система допоміжних компонентів друкованого видання має велике значення для створення цілісності та довершеності видання як видавничого матеріального продукту та духовного багатства суспільства.

### **Список використаних джерел:**

1. Енциклопедія видавничої справи / [Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б., Киричок П. О., Григорова З. В]. — Х. : Прапор, 2008. — 320 с.
2. Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості : затверджено і введено в дію наказом Держспоживстандарту України № 297 від 5 листопада 2007 р. / Книжкова палата України імені Івана Федорова ; розробники Н. Петрова, Г. Плиса. — К. : Держспоживстандарт України, 2009. — 45 с. (Державний стандарт України. 4861:2007).
3. Ісаєвич Я. Д. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Я. Д. Ісаєвич. — Львів, 2002. — 520 с.
4. Низовий М. А. Вступ до книгознавства : навчальний посібник / М. А. Низовий. — К. : Кондор, 2009. — 144 с.
5. Тимошик М. С. Історія видавничої справи : підручник / М. С. Тимошик. — 2-ге вид., виправлене. — К. : Наша культура і наука, 2007. — 496 с. — (Серія «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
6. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник / М. С. Тимошик. — 2-ге вид., стереотипне. — К. : Наша культура і наука, 2006. — 560 с.
7. Тимошик М. С. Побудова книги: матеріальна і змістова частини / М. С. Тимошик // Друкарство. — 2002. — № 1. — С. 82-85.

*Процюк Ірина, студентка IV курсу  
спеціальності «Видавнича справа та редагування»,  
науковий керівник кандидат технічних наук Йордан Г. М.*

## **РОБОТА РЕДАКТОРА НАД НАВЧАЛЬНИМ ВИДАННЯМ**

Навчальні видання відносяться до особливо складних у редакторській і видавничій діяльності. Така складність обумовлюється як змістовою, так і структурною специфікою. Вони потребують особливої внутрішньої конструкції, побудова якої значною мірою залежить саме від умінь і навичок редактора.

Перед тим як редагувати, редактор має розібратися в складній типології видань. Складність цієї типології полягає в тому, що вона охоплює значну низку різних видів видань, які, незважаючи на деякі спільні ознаки (систематизований виклад предмета, відповідність навчальній програмі, повнота й достовірність фактичного матеріалу, регламентовані технічне оформлення і поліграфічне виконання), все ж помітно відрізняються.

Типологічний ряд кожного виду видань найкраще виокремлювати за адресністю читача (споживача) та характером інформації. Це дає змогу з'ясувати специфічні характеристики, які властиві тому чи іншому виданню з точки зору редакційної підготовки.

Українські дослідники, прагнучи зобразити типологію навчальних видань простішою і зрозумілішою для редактора-практика, вибудувати її за місцем і поширеністю кожного з цих видів видань у редакційно-видавничій діяльності. Отож, навчальні видання поділяються на такі види: підручник; навчальний посібник; наочний посібник; курс лекцій; практикум; збірник вправ (або задач) хрестоматія; книга для читання.

Також існують і інші види навчальних видань, які менш поширені у видавничій практиці: навчальний план; навчальна програма; методичні

вказівки; методичні рекомендації.

Структурними елементами навчальної книги є: текст (основний, додатковий, пояснюючий), позатекстові елементи: (ілюстративний матеріал), апарат організації засвоєння знань (АОЗ), апарат орієнтування (АО).

Аналізуючи текстову частину твору (зокрема основний матеріал) редактор розглядає її зміст і структуру. Зміст має відповідати науковій концепції дисципліни, відобразити відповідну область знань, крім цього, редактор повинен орієнтуватися на навчальну програму дисципліни, яка визначає склад інформації та послідовність викладу матеріалу [2, С.215].

Аналізуючи апарат організації засвоєння знань, редактор повинен визначити доцільність використання тих чи інших елементів АОЗ, ступінь їхньої корисності та необхідності в процесі навчання. Крім того, редактор має визначити де саме розташовуватимуться елементи апарату, та в якій послідовності вони вводитимуться у навчальний текст, адже, від цього залежатиме тип навчальної книги та рівень її ефективності.

Опрацьовуючи апарат орієнтування, завдання редактора полягає у визначенні необхідності введення кожного з елементів АО у видання, достатності запропонованих автором елементів апарату орієнтування, коректності змісту кожного з цих елементів.

Мова навчальної книги повинна бути пов'язаною зі специфічною мовою відповідної науки або сфери діяльності. Редактор повинен слідкувати чи достатньо повно та коректно автор використав основний термінологічний фонд даної сфери діяльності, стандартизовану лексику і фразеологію.

При викладі матеріалу необхідно домогтися однаковості в постановці подібних проблем, у використанні термінів і понять, в розгортанні міркувань, в складанні формулювань, висновків.

Мова і стиль повинні відповідати прийнятим літературним нормам, підкорятися навчальним і загальноосвітнім задачам.

Особливе значення має робота редактора над термінами і поняттями. Головна вимога: всі терміни повинні розкриватися і пояснюватися по ходу розвитку теми. Терміни і поняття, що вводяться в навчальну книгу, виконують функцію системоутворюючого елемента в структурі навчального матеріалу, причому вони акцентують увагу учня на окремих фрагментах тексту. Мистецтво введення терміна в навчальний текст набуває великого значення для оволодіння матеріалом, засвоєння його змісту, так як терміни і поняття концентрують увагу учня на основних процесах і явищах галузі промисловості, культури або галузі знання, структурують матеріал, дають можливість пізнати методи та аспекти характеристики об'єктів і явищ. Аналізуючи терміносистему навчальних книг, редактор повинен орієнтуватися на основні вимоги до вживання термінів і понять, що включаються у твір [1, С. 107].

Ілюстрування видання – важливий етап видавничої роботи. Іноді вдале зображення здатне зробити більше, ніж багато сторінок тексту. Під час вироблення концепції видання визначається міра його ілюстративності, принцип взаємодії тексту і зображень, їх композиція, кольоровість та спосіб відтворення малюнків. Зображення зустрічаються не лише в тексті, але в системі рубрикації, оскільки заголовки і рубрики можуть поєднувати текст та зображення, а шмуцтитули майже завжди містять зображення, розкривають зміст розділу загалом.

Зображення є візуальним сигналом, акцентом, який дає поштовх до прочитання матеріалу, керує поглядом читача, їх треба розглядати як своєрідний візуальний шлях пізнання твору. Насамперед читачі розглядають зображення, і після цього читають заголовки і сам текст. Логотип видання є визначальним для читача, коли він шукає потрібну книгу.

Редактору необхідно розуміти природу самих ілюстрацій, зв'язок їх із текстом. Ілюстрації можуть бути оригінальними, створеними для конкретного видання, або взяті з інших джерел. Вони подаються автором

або виконуються у видавництві.

У процесі роботи над версткою навчального видання старанно вивчають правки, внесені автором, редактором та коректором: по-перше, перевіряють, чи правильно вони виконані, а також, чи зрозуміло, як і куди вносяться ті чи інші виправлення; по-друге, враховують, як відбивається правка на обсязі тексту. На кожній сторінці складання ліквідують усі виявлені недоліки, приводячи її у відповідність з вимогами проекту оформлення видання та принципами його оформлення загалом. Вказівки про виправлення тих чи інших текстових елементів видання задають коректурними знаками [3, С. 212].

Роботи над звіркою полягає насамперед в перевірці колонцифр. Якщо при цьому будуть виникати питання, то їх вирішують, вдаючись до верстки. Після перевірки колонцифр кожен сторінку звірки чітко звіряють із відповідними сторінками верстки та з'ясовують, якою мірою враховано друкарнею вказівки і позначки технічного редактора. Після цього звірка підлягає повному опрацюванню, як верстка. Всі наступні звірки опрацювують так само, як і першу.

Головне завдання редактора при підготовці службової частини (апарату) видання полягає в простеженні наявності усіх потрібних компонентів цієї частини, визначення та обґрунтування необхідності того чи іншого елемента у книзі, їх правильного оформленні та розташуванні відповідно до правил.

#### **Список використаних джерел:**

1. Крайнікова Т. С. Коректура : підручник / Т. О. Крайнікова. – К. : Наша культура і наука, 2005. – 252 с.
2. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
3. Шевченко В. Художньо-технічне редагування / В. Шевченко. – К. : Паливода А. В., 2010. – 516 с.

**УДК 687.53**

*Василишин Христина, студентка III курсу  
спеціальності «Перукарське мистецтво та декоративна косметика»,  
науковий керівник Манчевська Н. О.*

## **ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНІК ТА ЗАСОБІВ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ ХВИЛЯСТОГО ВОЛОССЯ**

Сьогодні, коли телефір буквально наводнили реклами шампунів і засобів для укладання, які з видимою радістю демонструють гарні моделі з довгими, розкішними гладкими прямими волоссям, яке водоспадом розсипається по плечах, не дивно, що більша частина жіночої аудиторії мріє про таку ж бездоганну шевелюру.

Як відомо, жінки — істоти абсолютно непередбачувані. Сьогодні жінка може виглядати так, а на наступний день — вже інакше. Те ж відноситься і до волосся. Ті, у кого пряме волосся мріють про кучеряве, а кого природа наділила гарними кучерявими локонами, у щоб то не стало, бажають мати пряме волосся. Пряме волосся робити кучерявим навчилися вже багато століть тому. А ось з кучерявого робити пряме стало можливо зовсім недавно.

Всього існує дві технології випрямлення волосся:

- термічне випрямлення волосся;
- хімічне випрямлення волосся.

Для випрямлення волосся термічним способом застосовують гарячі гребінця, щипці-праски та фен. Гарячі гребінці (електричні) зазвичай виготовлені зі сталі або латуні. Причому чим частіші зубці у такого гребінця — тим краще випрямляється волосся. Крім гребінців існують ще й щипці-праски. найдешевші праски зроблені з металевими пластинами. Такий інструмент дуже сильно пошкоджує волосся, особливо якщо

використовувати його часто. Праски з керамічними пластинами коштують дорожче, але і шкоди від них набагато менше. Як не дивно, незважаючи на появу безліч і нових засобів для випрямлення волосся, старий добрий фен все ще міцно утримує позиції лідера засобів для укладки. По суті, фен залишається найпопулярнішим і доступним пристосуванням для вкладання волосся. Невисока ціна і простота використання фена роблять його надійним засобом тимчасового випрямлення кучерявого волосся[1, С. 245].

Випрямлення волосся хімічним способом чимось, по суті, схоже з хімічною завивкою, тільки волосся в результаті не завивають, а навпаки випрямляють. Спочатку на волосся наносять спеціальний хімічний склад, потім фіксатор і на закінчення процедури — кондиціонер.

Випрямлене хімічним способом волосся залишається прямим на тривалий час. Хіба що біля коріння, у міру відростання, буде кучерявим, тому слід раз на 2-3,5 місяці поправляти результат. Причому повторно хімічне випрямлення роблять тільки на відрослому корінні волосся [2, С. 20].

Пряме волосся завжди було модним, є і залишиться, тому з кожним роком все більше виникає послуг, які дозволяють отримати бажаний результат. Одними з них є кератинування і ламінування, які користуються великою популярністю.

**Кератинове випрямлення волосся** – це революційний прорив у сфері догляду за локонами. Цей метод здатний не тільки «приструнити» кучеряві неслухняні локони, але і повністю відновити їх. Основним компонентом випрямляючого складу є кератин. Він спрямований на зміцнення та відновлення волосся. Крім кератину, у випрямляючій основі є препарат, який забезпечує активний термозахист і захищає від сонячного випромінювання. Він не містить хімічних компонентів і підійде навіть для дуже пошкодженого волосся. Суміш для випрямлення має властивість глибоко проникати всередину волосся і відновлювати його, а ззовні він огортає волосину захисною плівкою, тим самим запобігаючи його

подальшому пошкодженню.

Для того, щоб зробити біоламінування, необхідно уважно поставитися до вибору необхідного для нього засобу. Він являє собою гель-біоламінат, що має у своєму складі натуральні рослинні інгредієнти в комплексі з протеїном і целюлозу. Препарат наносять на волосся по всій довжині, при цьому кожна окрема волосина покривається «дихаючою», повітропроникною плівкою – вона, в свою чергу, згладжує усі дефекти волосся, вирівнює його структуру. Крім цього, біоламінування підвищує еластичність волосся, і виступає в ролі своєрідного закріплювача фарби – не дає їй змиватися. За рахунок гелю-біоламіната товщина волосини збільшується – і зачіска набуває додатковий об'єм [3].

Підсумовуючи, можна сказати, що за допомогою різних технік випрямлення волосся, можна отримати результат, який задовольнить найвибагливішу жінку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Основи перукарської справи / Н. А. Горбатюк та ін. – Київ.: Грамота, 2005. — 570с.
2. Женские прически: профессиональный поход / Палладино Л. / Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Ниола 21 век», 2005. – 250с.
3. «Догляд за волоссям»: [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://iakrasotka.ru/modnyj-cvet-volos-2015.html>



## **КОЛІР, ЯК ФАКТОР ВИРАЗНОСТІ В ДИЗАЙНІ**

Відтоді, як Ісаак Ньютон розділив сонячне світло на спектр кольорів, минуло понад 3 століття. Але й до сьогодні наука не відкрила всіх законів, за якими людське око розпізнає кольори. Натомість закони їх застосування в інтер'єрі цілком доступні, і вони – перед вами [1, С. 35].

Метою наукової роботи є: вивчення кольору як засобу виразності в дизайні інтер'єру, правильне використання кольору та його вплив на людину .

Актуальність теми: сьогодні колір відіграє надзвичайно важливу роль в дизайні інтер'єру, адже надзвичайно важливо відтворити саме такий дизайн інтер'єру, в якому буде комфортно замовнику. Також важливо знати які кольори не слід використовувати для тих чи інших приміщень — саме у цьому нам допоможе кольорознавство.

У роботі досліджено: психологічну дію кольору, фізичні властивості кольору, колір у дизайні, живописі, поєднання кольорів.

Художники часто порівнюють, і вони мають рацію, зображення фарбами з музикою, у якій окремий звук сам нічого не означає, але разом з іншими звуками створює мелодію [2, С. 23]. Можна зіграти цю мелодію в більш низькому чи високому тоні, але вона все ж залишиться мелодією. Якщо порушити взаємозв'язок, визначену послідовність звуків — мелодія перестане існувати. Це відноситься й до літератури, особливо до поезії. Теж саме можна сказати й про роботу фарбами. Припустимо обрати ту чи іншу колірну гамму за теплохолодністю, насиченістю, світлістю, але важливо дотримуватися взаємозв'язку усіх відносин у картині. Фарби, які у художньому творі не пов'язані у пропорційних відносинах за світлістю та

насиченістю з природою, викликають відчуття дисгармонії, виділяються також різко, як фальшива нота у музиці.

Мрія про прекрасну форму і гармонію пройшла крізь століття, втілюючись в конкретно-почуттєвих формах і колориті предметів декоративного народного мистецтва, в яких відбитий почерк їхніх творців і стиль епохи. Людина завжди створювала гармонійну «другу природу». Уміння розуміти красу, почувати гармонію є продуктом історичного розвитку суспільної людини [4, С. 76]. Шлях до краси йшов через безустанні пошуки засобів створення гармонії, над розкриттям таємниці гармонії художники і вчені працювали на протязі багатьох століть: її шукали в природі, в духовному житті людини, намагались зв'язати з законами точних наук, і в першу чергу, математики. Знаходячись у постійному контакті з природою, і будучи її частиною, людина пізнавала її характер, особливості, черпала в ній потрібні для свого життя знання і закони. Це відбувається і досі, мабуть в більшій мірі після періоду занадто активної урбанізації та технократизації суспільства.

За думкою Д. Уїтлера задача художника полягає у перетворенні хаосу на неперевершену гармонію. Це твердження можна прийняти тільки умовно, маючи на увазі хаос окремих штучних елементів, не пов'язаних у цілісну композицію, бо у природі гармонія і, зокрема, гармонія кольору безперечна. Вивчаючи її на прикладах природних аналогів, досліджуючи умови, що призвели до цієї гармонії, людина шукає ключ до наукового розв'язання колірної гармонії штучно створеного середовища [5, С. 65]. Принцип гармонії, насамперед, відноситься до естетики кольору, втілює в собі художній початок і є обов'язковою та первинною метою композиції.

Отже, задачі, що вирішуються за допомогою кольору, можна розподілити на три групи:

- колір як фактор психофізіологічного комфорту (сукупність зручностей, які отримує людина при використанні речей): оптимальне освітлення, офарблення приміщення в оптимальні кольори, уникнення

несприятливих умов праці або клімату;

- колір, як фактор емоційно-естетичного впливу;
- колір у системі візуальної інформації.

### **Список використаних джерел:**

1. Твоя уютная квартира. 1-ше вид. - К.: «Бліц-принт», 2005.- 96с.
2. Диван. 5-те вид. – К.: «Досконалий друк», 2004. – 112с.
3. Диван. 2-ге вид. – К.: «Новий друк», 2005. – 112с.
4. Диван. 5-те вид. – К.: «Новий друк», 2005. – 96с.
5. Основы художественного конструирования. I. Т. Волкотруб. — К.: Вища школа, 1982. – 152 с.

*Желішкевич Тетяна, студентка III курсу*

*спеціальності «Дизайн»,*

*науковий керівник Грицай О. І.*

## **АНАТОМІЯ В МИСТЕЦТВІ**

### **Анатомі древнього Єгипту.**

Перший опис процесу муміфікації в одній з книжок по єгиптології: тіло померлого фараона чи жерця спершу омивали, потім майстерно обробляли з середини і ззовні спеціальними антисептиками, які вводили через всі отвори у тілі, за винятком очей, вух та рота. З носа вміло виймали м'які тканини, потім особливим крючком обережно виймали мозок, а через спеціальний надріз у лівій стороні живота витягали внутрішні органи, зокрема серце та легені. Все це багатократно та ретельно промивали у різних сумішах з ароматичними маслами, та клали у чотири спеціальних сосуди, які називали канопами. Підготовлене тіло ретельно перев'язували довжелезними бинтами з особливого льону. В кінці обряду повторювали позу Осіріса, ноги мумії зв'язували разом, так ніби вони були

одною ногою, між іншим пана Осіріса теж зображають з одною ногою і це не просто так. Одна нога символізує одвічну єдність життя і смерті, то саме «Життя» з великої літери, у філософському сенсі – єдність протилежностей, те що на сході відомо як Інь та Янь. А все насправді єдино, навіть початок і кінець [1].

### **Анатомі відродження.**

В епоху Відродження в медицині різниця між теорією і практикою була дуже велика. Теорія свідчила, що тіло складається з чотирьох стихій (вогонь, вода, повітря, земля), що визначаються чотирма рідинами тіла (кров, флегма, жовта і чорна жовч). Здоров'я залежить від рівноваги цих елементів в організмі. Дана теорія підтримувалася церквою і була основоположною в Середньовіччя. Але на початку XV століття стали відбуватися зміни. Інтерес до медицини виріс. У суспільстві зміцнюється авторитет медиків, з'являються медичні факультети при університетах, дозволення розтину. На практиці медики йшли методом проб і помилок.

Серед 120 зошитів з начерками Леонардо да Вінчі, знайдено багато матеріалів, присвячених анатомії людини. Цією наукою він серйозно займався протягом 30 років (перший анатомічний малюнок датований 1484 роком, останній – 1515). Художники Відродження розуміли анатомію людини як допоміжний засіб для правильного уявлення про тіло, їх цікавила тільки анатомія м'язів. Спочатку інтерес Леонардо був таким самим. Але, захопившись, він пішов набагато далі. Да Вінчі першим правильно і дивно точно зафіксував пропорції всіх частин кістяка (до цього малювали схематично), припустив, що крижі складаються з 5 хребців (раніше вважалося, що з трьох), правильно описав лордозу і кіфозу хребетного стовпа, кут нахилу крижів (раніше крижі вважалися прямими, звідси і назва прямої кишки). Леонардо можна також вважати засновником динамічної анатомії. Він намагався вивчати будову м'язів і суглобів в навантаженні, і тісному взаємозв'язку. Запропонував класифікацію м'язів за величиною, силою, формі і характеру сухожилів і способу прикріплення до кісток скелета [2].

## **Сучасні митці-анатоми.**

Гюнтер фон Хагенс – засновник пластинації. Почав вивчати медицину в Університеті м. Йена в 1965 році. У 1969 році був заарештований за поширення листівок з протестом проти вторгнення військ Варшавського Договору до Чехословаччини. Незабаром після цього намагався втекти зі Східної Німеччини. У 1970 році, після того, як уряд Західної Німеччини, нарешті, викупив його свободу, як і інших політичних в'язнів, він зміг продовжити своє навчання в Любекському університеті, який він закінчив у 1973 році. У 1974 році він отримав ліцензію на медичну практику, працював в Гейдельберзькому університеті, де в 1975 році закінчив докторантуру у відділенні Анестезії та екстренної медичної допомоги. Пізніше він працював в Інститутах анатомії і патології. У 1977 році, в Гейдельберзі, він вперше створив основи технології примусового насичення анатомічного препарату активним пластиком, спеціально розробленим для цієї мети. У 1980 році в Гейдельберзі він заснував компанію BIODUR для продажу спеціальних полімерів і обладнання. У 1993 році був заснований Інститут пластинації [3].

Мета пошукової роботи – провести дослідження впливу анатомії людського тіла на розвиток мистецтва.

Об'єкт дослідження – форми та методи дослідження тіла людини художниками.

Предмет дослідження – тіло людини.

## **Список використаних джерел**

1. Великий анатом епохи Возрождения. Леонардо да Винчи и медицина [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ahleague.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=546%3A2011-09-23-20-23-31&catid=68%3A2010-03-15-10-42-26&Itemid=206&lang=ru](http://www.ahleague.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=546%3A2011-09-23-20-23-31&catid=68%3A2010-03-15-10-42-26&Itemid=206&lang=ru).

2. Мумії і таємниці муміфікації [Електронний ресурс] // Журнал Пробудження. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://waking-up.org/religii-svitu/mumiyi-i-tayemnitsi-mumifikatsiyi/?lang=uk>.

3. Гунтер фон Хагенс [Електронний ресурс] // Матеріал з Вікіпедії - вільної енциклопедії. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%83%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80\\_%D1%84%D0%BE%D0%BD\\_%D0%A5%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%81](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%83%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80_%D1%84%D0%BE%D0%BD_%D0%A5%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%81).

УДК 687.03

*Костюк Марія та Самборська Юлія,  
студентки III курсу спеціальності «Моделювання та конструювання  
промислових виробів», керівник Сенюк О. М.*

## **АНАЛІЗ КРЕАТИВНИХ ВИДІВ ДЕКОРАТИВНОГО ОЗДОБЛЕННЯ СУЧАСНОГО ОДЯГУ**

Оздоблення одягу, оточення гарними, естетичними речами, завжди мало для людини велике задоволення. Ще первісні жінки намагались прикрасити себе і своє житло використовуючи різні підручні матеріали і всю свою фантазію та смак.

Стаття присвячена порівняльному аналізу креативних видів декоративного оздоблення сучасного одягу та методів, способів виготовлення окремих оздоблювальних деталей одягу, пошуку можливих шляхів вдосконалення декоративного оздоблення.

В наш час існує велика кількість видів оздоблення одягу різними методами з використанням різних технік та матеріалів. Останні роки українські дизайнери та інші, повертаються до давно забутих видів оздоблень одягу, якими досконало володіли наші бабусі та прабабусі. Це різні види вишивок, мережив, зборок та драпірування. Оздобити одяг старовинними методами і надати йому сучасного вигляду можна також за

допомогою сучасних матеріалів [3].

Розрізняють оздоблення постійне і змінне. До постійного оздоблення належать складки, строчки, заціпи, тасьма, сутаж, бейка, кант, рюш, оборка, вишивка, мережка, бахрома, аплікація і до змінного – коміри, вставки, манжети, пояси, жабо, тощо.

Використання різноманітного накладного декору, що має на увазі вишивку, аплікацію, перфорацію, інкрустацію, тиснення, тонування ; застосування різної фурнітури – металевої, пластмасової, обтягнутою шкірою або іншими матеріалами; включення в композицію моделі всіляких відтермінувань ліній – рельєфів і деталей із застосуванням кольорових ниток, тасьми, сутажу, шнура, виконання рельєфних, об'ємних оздоблювальних ліній; застосування геральдики – всілякі знаки, емблеми, підписи і т. п.[4].

Використанням різного, названого тут декору можна досягти безлічі рішень, а якщо вміло поєднувати обидва названих тут засоби досягнення різноманітності , то надається можливість так варіювати одну і ту ж форму і конструктивну основу, що кожен покупець зможе, знайти для себе бажану модель.

Введення на поверхню форми одягу різних накладних деталей: кишень, клапанів, хлястиків, поясів, манжетів, пат, бантів, кокеток, різних за розміром і формою

Різне рішення відлітного краю коміра в одязі з коміром , або вирізу горловини у виробках без комірів .

Різнманітне оформлення застібки в плечових виробів одягу із звичайною обробкою лінії борту з петлями і гудзиками, на планці, потайні на зав'язках, фігурні накидні петлі і т. п. [1].

За рахунок окантовки ліній – зрізів в одязі, взутті , шкіргалантерейних виробках – низу верху у взутті, борта, низу рукавів, горловини, коміра зовнішніх країв накладних деталей.

Аплікація по тканині – унікальний метод декорування одягу і

предметів побуту. Він, мабуть, використовується навіть частіше, ніж вишивка, так як він простіше у виконанні. До того ж, цей спосіб рукоділля набагато дешевший, але він не менш красивий, а десь і унікальний але він не менш красивий, а десь і унікальний! Як виготовити штучні квіти самому? На сучасному етапі штучні квіти на одязі надають виробу особистого шарму, виразності і неповторності. Оздоблення одягу штучними квітами бере початок із давніх-давен. Шлях розвитку штучних квітів почався з національного віночка до оздоблення зачісок 17-18ст., від зачісок до капелюшків 50-60 рр. Квітами прикрашають не лише оселю, а й одяг, який стає виразним, жіночним, елегантним, індивідуальним. Тому сучасному кравцю необхідно працювати, вдосконалюючи та вивчаючи все нове у світі [2]. Виготовлення квітів своїми руками – це фантазія, творчість, пошук нових форм, індивідуальність та швидкий результат. Способи втілення живої краси багатогранні – це виготовлення квітів і квіткової композиції з паперу, тканини, шкіри, хутра, бісеру. Ними можна прикрасити одяг чи інтер'єр, створюючи при цьому неповторне враження. Для виготовлення квітів підійде будь-яка тканина. Але взагалі використовується батист, натуральний чи синтетичний шовк, атлас, оксамит, органза чи капрон. Як правило, це однотонні тканини. Квітка буде мати кращий зовнішній результат, коли при виготовленні її буде використовуватися декілька видів тканини різної фактури. Наприклад, коли ви хочете прикрасити костюм із шовку трояндою. Якщо використати лише тканину костюма, то квітка вийде невиразною. Потрібно до основної тканини (шовку) додати декілька пелюсток капрону чи оксамиту того самого кольору, тоді квітка буде виразнішою на вашому виробі [5].

Є різноманітні способи виготовлення квітів: гарячий та холодний, за допомогою бульбашок, паяльників, одножильного, двошкульного, трьохжильного ножів, кілець, клею, який не залишає слідів та не знебарвлює тканину. Для виготовлення квітів тканину крохмалють, підфарбовують, тонують. Але зараз використовують простий ефективний



метод обробки квітів – за допомогою свічок та методом складання, склеювання тканини [7].

Мета пошукової роботи – провести дослідження та аналіз креативних видів декоративного оздоблення сучасного одягу

Об’єкт дослідження – сучасні види декоративного оздоблення одягу.

Предмет дослідження – жіночий та дитячий одяг.

### **Список використаних джерел:**

1. Б. А.Бузов, Т. А.Модестова, Н. Д. Алимєнкова. Матеріалознавство швейного виробництва. Підручник. – Москва: Легпромбытиздат, 1996. – 424 с.
2. Е. И.Рачицкая, В. И.Сидоренко Моделирование и художественное оформление одежды. Учебное пособие для студентов учреждений сред. проф. образования. – Ростов н / Д: «Феникс», 2002. – 328 с.
3. Д. Ю.Ермилова История домов моды: Учебное пособие для студентов учреждений сред. проф. образования - М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 356 с.
4. А. М.Слізков, Т. О. Якубовська, В. В. Рибальченко Основи технології виробів / Підручник з грифом МОНУ. К.: КНУТД, 2007. – 424 с.
5. А. М.Слізков, В. П.Попов Стан, проблеми та тенденції розвитку текстильної промисловості / Навчальний посібник з грифом МОНМСУ. К.: КНУТД, 2012. – 355 с.
6. О. Б. Демківський, С. М. Краснитський, А. М. Слізков, Ю. М. Пилипенко Статистична обробка результатів вимірювань та експериментальних даних в текстильній промисловості / Навчальний посібник К. КНУТД, 2012. – 104 с.
7. Тимофеев Г., Тимофеева Е. Графический дизайн. – Ростов /н / Дону: «Феникс», 2002.

*Крива Анастасія, студентка II курсу  
спеціальності «Дизайн»,  
науковий керівник: к.мист., доцент Маркович М. Й.*

## **КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ**

Домашній затишок є важливою складовою нашого життя. Адже саме вдома людина хоче знайти те, чого їй так потрібно – затишку та тепла, веселощів та розваг. Актуальним є дизайн інтер'єру, щоб ми могли насолоджуватись відпочинком в улюбленому місці, щоб цим улюбленим місцем стала ваша оселя. Для облаштування вашого будинку так, як ви хочете потрібно визначити стиль, опорні кольори, матеріали, особливі побажання та ціну [3, С. 15]. Вирішенням саме цих запитань займається така галузь у мистецтві як дизайн інтер'єру.

Часто люди хочуть побачити у себе вдома або квартирі щось оригінальне, незвичайне. Тому дизайнери пропонують різні комбінації розміщення фотографій на стіні, оригінальні репродукції картин, проектування фотографій або ж картин у 3D стилі, які б ідеально підійшли до вашого інтер'єру. За допомогою комп'ютерної графіки можна спроектувати розміщення ваших фотографій у найбільш оригінальний спосіб, можна створювати найрізноманітніші 3D картини із геометричних фігур або ж рельєфні колажі.

Комп'ютерна графіка може допомогти в проектуванні оригінальних засобів інтер'єру, меблів та шпалер. Можна визначити найоптимальніший вибір матеріалів, колористики та текстур.

Метою наукової роботи є вивчення проектування різних видів деталей та колористики інтер'єру за допомогою комп'ютерної графіки.

Інтер'єр — архітектурно й художньо оздоблена внутрішня частина будинку, що забезпечує комфорт людині та визначає функціональне

призначення приміщення. Також термін може вживатися щодо оздоблення салонів транспортних засобів: авто, літака, залізничного вагона і т. д. Також картина, малюнок і т. ін., на яких зображено внутрішню частину якогось приміщення.

Термінологічно «інтер'єр» формувалося разом із удосконаленням побуту та розвитком художніх стилів. З найдавніших часів облаштування приміщення було пов'язане із такими факторами як: ефективність виконання повсякденних справ, безпека та атмосфера для відпочинку [4, С. 47]. Ще печерні люди намагалися облаштувати оселю зручно для життя та приємно для ока. Але сучасне поняття «інтер'єр» та можливості, які надають останні розробки, надають людині значно більше можливостей.

У сучасному розумінні, інтер'єр має відображати тему приміщення (особливо, якщо це ресторан, готель, магазин) або відповідати стилю та смаку власника. Задля того, щоб естетичні уподобання мешканців (клієнтів або працівників) відповідали функціональним можливостям площі, власник будівлі звертається до дизайнера або дизайн-студії. Дизайнери співпрацюють із архітекторами або самі мають відповідні знання; підрядниками, будівельниками та постачальниками.

Перш за все, потрібно визнати, що виразний інтер'єр є поняття рівнозначне емоційному інтер'єру, тобто інтер'єр виражає переживання і думки архітектора, а грамотна композиція і є засобом досягнення виразного інтер'єру.

Матеріальна предметність архітектурного середовища забезпечує протягом діяльного процесу (середовище дії) і одночасно створює емоційно-естетичний еквівалент процесу як відображення його духовної суті та соціальної значущості (середовище сприйняття) [4, С. 77].

У світі дизайнерського мистецтва постійно з'являються нові прийоми і рішення, за допомогою яких вдається відтворити в інтер'єрі житлового приміщення самі незвичайні фантазії. Цікавою і, в той же час, простою дизайнерською новинкою є комбінування шпалер в інтер'єрі, завдяки чому

приміщення зі стандартного або ж з нетиповим плануванням набувають дуже стильний і оригінальний вигляд. У цій статті «Як робити ремонт» зібрано кілька ідей комбінування шпалер, які будуть застосовні для різних кімнат в квартирі або будинку.

Щоб додати інтер'єру вашої квартири або будинку особливий колорит для її прикраси інтер'єру можна використовувати різні способи. До одного з найстаріших способів прикрасити стіни вашої квартири відносяться картини. Картини для інтер'єру сьогодні існують у величезному достатку. Всі вони відрізняються один від одного за типом зображення: тематична спрямованість, по вигляду оформлення, і звичайно ж за розмірами.

У магазинах сьогодні цілком можна знайти унікальні картини написані в ручну справжніми фарбами, правда картини відомих авторів будуть коштувати дуже великих грошей, а ось картини маловідомих авторів коштують не настільки дорого. Але слід сказати, вони все одно будуть коштувати дорожче всіляких малюнків, плакатів і фотографій в рамці. Все ж це не бездушний машинний принт, в його створенні брала участь жива творча особистість, такі картини можна сказати «живі», тому вони і цінуються [5, С. 63].

Текстиль в інтер'єрі задає тон і створює настрій. Однак, для того щоб він радував свого власника довгий час, він повинен відповідати не тільки вимогам якості, але і бути в тренді, тобто відповідати модним тенденціям.

Технічний прогрес не стоїть на місці і це стосується всіх сфер діяльності людини, в тому числі і текстильної промисловості. Створюються нові тканини, кольори та напрями в дизайні.

Згідно нової концепції житла, інтер'єр став засобом самовираження, як і одяг. На зміну масивним меблевим конструкціям і великій кількості аксесуарів прийшли просторові ігри і текстиль.

Комп'ютерна графіка — це графіка, тобто зображення, які створюються, перетворюються, оцифровуються, обробляються і відображаються засобами обчислювальної техніки, включаючи апаратні і

програмні засоби.

Рухома комп'ютерна графіка називається комп'ютерним відео або комп'ютерною анімацією.

Розрізняють 3 види комп'ютерної графіки. Це растрова графіка, векторна графіка і фрактальна графіка. Вони відрізняються принципами формування зображення при відображенні на екрані монітора або при друці на папері.

Сучасні картини для інтер'єру – це один із способів декорування, який для інтер'єру недорого коштує, але, тим не менш, має велике значення і може досить сильно змінити сприйняття навколишнього простору [5, С. 74].

При виборі й розташуванні картин слід дотримуватися деяких порад. Наприклад, кращим фоном для картин є неяскрава, однотонна стіна. Адже насичений колір стіни сам по собі привертає увагу, і не кожна картина буде вдало виглядати на такому місці. Якщо ж картини для інтер'єру виконані в такому ж тоні, що і стіна, то її необхідно оформити в контрастну раму, тоді картина буде виділятися, і не буде зливатися із стіною. Розміщення однієї картини на стіні або декількох може бути абсолютно будь-яким – тут не існує певних правил.

Отже, в сучасному дизайні інтер'єру використовується надзвичайно багато різноманітних, цікавих та стильних ідей. Всі вони створені для забезпечення комфорту та гарного настрою людини.

### **Список використаних джерел:**

1. Практикум дизайнера-початківця: інтер'єр ні деталі /Діана Грожан – Ростов-на-Дону: Фенікс, 2005.
2. <https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fua.interius.com.ua%2Finteresno-show-2.html>
3. <https://vk.com/away.php?to=http%3A%2F%2Fur.co.ua%2F4%2F60-1-sredstva-dostizheniya-vyrazitel-nosti-v-inter-ere.html>

4. Анисимов М. В., Анисимова Л. М. Креслення: Підручник – К.: Вища шк., 1998. – 239 с.

5. Антонович Є. А., Василишин Я. В., Шпільчак В. А. Російсько-український словник-довідник з інженерної графіки, дизайну та архітектури: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – 240 с.

УДК 747.012

*Митко Юлія, студентка III  
курсу спеціальності «Дизайн»,  
науковий керівник Питель Н. С.*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПЕРШОЇ ШКОЛИ ДИЗАЙНУ «БАУХАУЗ» НА ФОРМУВАННЯ НЕОБХІДНИХ ЯКОСТЕЙ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНЕРА**

Об'єктом нашого дослідження є дослідження передумов виникнення першої дизайнерської школи «Баухауз». Поняття «дизайну» – різновиду художньо-проектної діяльності – охоплює створення промислових виробів і раціональне формування цілісного предметного середовища. Дизайн – це один із видів образотворчого мистецтва, що створює та формує світ речей «від голки до літака». Освіченість у галузі дизайну стала зараз важливим елементом культури людини. Сучасний дизайн має багато спеціалізованих напрямків: дизайн меблів, промисловий дизайн, декоративно-оформлювальний дизайн.

Стаття присвячена аналізу економічних умов, які дали поштовх виникненню дизайну та дослідженню формування основних рис дизайнера на прикладі першої школи дизайну «Баухауз».

Причиною й часом виникнення вважають кризу 20-30-х років ХХ століття. Саме тоді термін «дизайн» набуває розповсюдження. Дизайн як дисципліна з проектування пов'язаний із розвитком індустріального виробництва. Саме криза змусила монополії звернутись до художників-

конструкторів, як до засобу стимулювання продажу своєї продукції. Таким чином, зародження комерційного дизайну пов'язане з економічною політикою монополій. Потреба останніх була не в дизайні, а в необхідності зміни зовнішньої форми предметів, прогресом. Намагання надати удосконаленої форми предмету вимагало усунення зайвих деталей, лаконізму, цілісності. Це було вигідним підприємству, покращувало зручність користування виробом, бо спрощувало його виробництво, а отже, собівартість.

Важливим явищем у становленні художнього конструювання та дизайну була діяльність німецької школи «Баухауз», створеної в 1919 р. німецьким архітектором В. Гропіусом, який розробив єдину систему освіти для художників-конструкторів Німеччини (1918-1930 рр.). Девіз «Баухауза»: «Нова єдність мистецтва і технології». Кредо «Баухауза» – художник, ремісник і технолог в одній особі – мало великий вплив на прикладне і образотворче мистецтво, від книжкових ілюстрацій і реклами до меблів, і кухонного посуду. У місті Веймар (Німеччина) у 1919 році була заснована Вища школа будівництва і художнього конструювання – Баухауз – від німецького «Дім будівництва» – так називалося у Німеччині середньовічне спільне житло будівельників соборів та інших великих споруд. Її педагоги – архітектор Вальтер Гропіус (директор «Баухаузу» з 1919 до 1928 року), художник Петер Беренс, художник, математик та вчений-природознавець Йоганнес Іттен, скульптор Гергард Маркс, художник Василь Кандинський та інші – розробляли естетику функціоналізму, принципи сучасного формоутворення в архітектурі і дизайні, займались формуванням матеріально-побутового середовища засобами пластичного мистецтва. Підсумовуючи вищевикладене з метою аналізу впливу першої школи дизайну «Баухауз» на формування необхідних якостей сучасного дизайнера можна зробити такі висновки:

- основною метою школи «Баухауз» було не прикрашання предметів, а перетворення технічних вимог до предметів у високохудожні пластичні

рішення;

- навчання відбувалось від проектування житлового осередку та його обладнання до містобудівних завдань і пошуку композиційних закономірностей;

- нова проектно-технологічна культура почала використовуватись під час проектування і будівництва фабричних приміщень та обладнання до них, суспільних будівель, транспортних комунікацій тощо.

Значення «Баухауза» важко переоцінити. Він не тільки був прикладом організації навчання дизайнерів, але і справжньою науковою лабораторією архітектури і художнього конструювання. Методичні розробки в галузі художнього сприйняття, формоутворення, кольорознавства стали основою багатьох теоретичних праць і не втратили своєї наукової цінності до нашого часу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Устин В. Б. Композиция в дизайне: Учебное пособие - М. : АСТ : АСТРЕЛЬ, 2007. – 239с.
2. Білодід Ю. М. Основи дизайну : Навчальний посібник – К. : Вид. ПАРАПАН, 2004. – 239 с.
3. Станіслав Шумега, Дизайн. Історія зародження та розвитку дизайну.: Навчальний посібник / М-во освіти і науки України, Прикарпатський ун-т ім. В. С. Стефаника,. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 298с.
4. Эфрусси Т.А. Баухауз на выставках в СССР. 1924–1932 гг.// Актуальные проблемы теории и истории искусства: сб. науч. статей. Вып. 2. Под ред. А.В. Захаровой – Санкт-Петербург: НП-Принт – 2012. –472 с.
5. [www.krugosvet.ru/enc/kultura\\_i\\_obrazovanie/.../BAUHAUS.html](http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/.../BAUHAUS.html)
6. <https://www.livelib.ru/tag/баухауз>
7. [www.kultoboz.ru/bauhaus-90-let](http://www.kultoboz.ru/bauhaus-90-let)
8. [www.lookatme.ru/mag/archive/experience.../168735-gid-po-bauhausu](http://www.lookatme.ru/mag/archive/experience.../168735-gid-po-bauhausu)
8. [rosdesign.com/design\\_materials7/bauhaus-istoriya.htm](http://rosdesign.com/design_materials7/bauhaus-istoriya.htm)



УДК 687.129

*Паранчак Христина, Могильська Ірина,  
студенти III курсу спеціальності  
«Моделювання та конструювання промислових виробів»,  
керівник Ющак Н. А.*

## **ЕВОЛЮЦІЯ КРОЮ ЧОЛОВІЧОГО КОСТЮМУ НА ЗЛАМІ СТОЛІТЬ**

В статті представлено дослідження впливу соціальних та політичних змін на форму, крій та фасонні особливості чоловічого верхнього одягу протягом XIX – на початку XX століття.

Класичний чоловічий костюм, в тому вигляді, в якому ми звикли його бачити сьогодні, має довгу історію і сотні, якщо не тисячі праобразів, але прийнято вважати, що сучасний костюм народився в XIX сторіччі в Англії.

З приходом XIX сторіччя починається нова ера в історії розвитку європейського костюму. На місце культури поміщиків приходять буржуазна цивілізація – продуктивна, творча, яка проводить чітку межу між жіночим та чоловічим вбранням. Костюм чоловіка стає мужнішим, бо це вже костюм невтомного діяча, життя якого проходить не в салонах, а на фабриках і в конторах. З його образу зникає декоративність, а одяг набуває одноманітності та видимість демократичності, так як на початку XIX сторіччя формується критерій елегантною простоти [1, 2].

Ілюстрації з модних журналів 1820-их років передають особливості силуету денного чоловічого костюму. Він складається з темного двобортного фрака з вузьким і довгим шалевим коміром, лінія якого переривається характерною для того часу надсічкою у вигляді букви «М». Головка окату рукава фрака злегка піднята, а сам рукав звужується донизу і закінчується вузькою манжеткою на один гудзик. Фрак носять

розстібнутим з метою підсилення акценту на грудній клітці, яка виступає, і зі штанами, відомими в моді як «козацькі». Вони розширені в стегнах, залишки тканини забираються в м'які заціпи і теж звужуються донизу. Картатий однобортний жилет з бортами, які повторюють лінію коміра фрак, зрізаний горизонтально, так само як і фрак, на рівні лінії талії. Під ним – білосніжна сорочка з високим накрохмаленим коміром з жорсткими кутами, які виступають над краваткою. Костюм довершує високий циліндр [3].

З середини ХІХ сторіччя обов'язковою частиною гардеробу світської людини і буржуа стала «візитка». Фрак стали надягати лише у виняткових випадках. В якості повсякденного одягу став використовуватися прямий піджак, який разом з брюками і жилетом утворили піджачний костюм, який ми сьогодні називаємо класичним. З головних уборів використовувалися фетровий капелюх або «котелок» (що замінили циліндр), а влітку — солом'яний капелюх (канотьє).

З невеликими змінами, пов'язаними з прискоренням ритму життя (наприклад, поширенням їзди на мотоциклі і автомобілі) костюм вступив у ХХ століття. Фрак потроху поступився своїм місцем на прийомах смокінгу. Чоловіки стали, в своїй більшості, носити готові стандартні костюми, спочатку не віддаючи переваги двобортним або однобортним. Проте вже до середини століття однобортні костюми зайняли домінуючі позиції. Слідом за двобортними костюмами в побуті стає менш поширеним і жилет.

Фасони костюмів могли бути найрізноманітніші. Постійно змінювалися форми лацканів, товщина брюк, фасон жилетів. Піджаки могли бути однобортними і двобортними, із загостреними лацканами, або звичайними (відстань між лацканом і коміром схожа на трикутник), на двох, трьох або чотирьох гудзиках, зі шлицями або без них, брюки з відворотами або без них, на підтяжках або на ремені. Жилети могли бути однобортним або двобортними, з лацканами або без них. Таку різноманітність деталей можна пояснити тим, що костюм на той час був

єдиною формою одягу людини, яка прагнула пристойно виглядати в суспільстві тієї епохи. Однакові елементи костюма виглядали нудно, і люди прагнули урізноманітнити свій зовнішній вигляд. Особливо сильно ця тенденція проявлялася в 1930-ті роки.

Аналізуючи чоловічий гардероб кінця XIX – початку XX століття можна побачити великий вплив англійських традицій в моді. Разом з тим в цей період спостерігається вторгнення в моду американських дизайнерів [4], завдяки яким з'являється новий психологічний тип чоловіка і, як наслідок – новий чоловічий костюм та новий крій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Найденская Н., Трубецкова И. Библия стиля. Гардероб успешного мужчины. – М.: Изд-во Эксмо, 2009. – 256 с.
2. Туркенич Н. Кодекс стилю. Довідник ділового дрес-коду. – К.: Вид-во Етерна, 2010. – 184 с.
3. Галаджева Г. Скромное обаяние буржуазии. // Ателье. – 2005. – № 5. – С. 54-56.
3. Галаджева Г. Мужской костюм на стыке веков. // Ателье. – 2005. – № 7. – С. 48-51.

*Стандрет Діана, студентки III курсу спеціальності «Моделювання та конструювання промислових виробів», керівник Зайкіна І. П.*

#### **ДОЦІЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ГРАФІЧНИХ ЗОБРАЖЕНЬ**

Найбільш відомі пакети програм комп'ютерної графіки.

Широко застосовується система AutoCAD, розроблена в 1982 р. [1] Вона використовується в різних галузях (зокрема, в машинобудуванні, архітектурі, електроніці), де потрібні побудова та підготовка креслень,

планів, схем, ілюстрацій. Система AutoCAD [2] працює на різних типах персональних комп'ютерів, підтримує велику кількість різних графічних периферійних обладнань [3]. Ця система настільки популярна, що створені різні об'єднання користувачів нею. Причина популярності – відкритість системи, можливість розроблення на основі системи AutoCAD своїх власних прикладних пакетів програм, в яких використовується інженерна графіка.

Пакет "Компас – 5,0", розроблений у Санкт-Петербурзі, дає змогу[4]:

- ✓ виготовляти креслення, оформлені відповідно до ЄСКД;
- ✓ забезпечувати сумісність із системами AutoCAD;
- ✓ виводити креслення великих форматів на невеликі графопобудовники з наступним склеюванням;
- ✓ проектувати оснастку та розробку операційних ескізів;

КОМПАС-Графік надає широкі можливості автоматизації проектних робіт різного профілю. Система ефективно вирішує завдання 2D-проекування та випуску документації. Весь функціонал системи підпорядкований цілям швидкісного створення високоякісних креслень, схем, специфікацій, розрахунково-пояснювальних записок, технічних умов і інструкцій.

До послуг проектувальника [5]; :

- ✓ різноманітні способи і режими побудови графічних примітивів, інтелектуальні режими прив'язок;
- ✓ будь-які стилі ліній, штриховок, текстів;
- ✓ численні способи проставляння розмірів і позначень;
- ✓ багатодокументний режим роботи з кресленнями;
- ✓ можливості колективної роботи над кресленнями;
- ✓ вбудований табличний редактор.

Мета пошукової роботи – провести дослідження методів створення графічних зображень.

Об'єкт дослідження – метод створення креслень та інших графічних

зображень.

Предмет дослідження – графічні зображення.

### **Список літератури:**

1. Слепова С. В., Шахина М. А. Система автоматизированного проектирования Компас-3D (мультимедийный курс лекций) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 3-2. С. 207 – 208.
2. В. П. Большаков. Твердотельное моделирование деталей в САД-системах: AutoCAD, Компас-3D, SolidWorks, Inventor, Creo.
3. [www.edu.znate.ru](http://www.edu.znate.ru)
4. <http://kompas.ru>
5. <https://uk.wikipedia.org>

УДК 349.2:331.2(477)

*Хома Ірина, студентка III курсу  
спеціальності «Дизайн»,  
науковий керівник Феціан Х. Б.*

### **МОДНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЛАНДШАФТНОМУ ДИЗАЙНІ**

Національно-культурне відродження України передбачає формування національної самосвідомості, творчого мислення особистості, виховування почуття прекрасного; свідомого та відповідального ставлення до праці; почуття особистої причетності до збереження природних багатств, відповідальності за них; пропаганду здорового способу життя та відповідального ставлення до навколишнього природного середовища.

Це питання зацікавило мене, як майбутнього дизайнера, та спонукало взятися за дослідження «Модні тенденції в ландшафтному дизайні». Вивчення даного питання обумовлено необхідністю пошуку шляхів відновлення гармонійної взаємодії суспільства з природою, що є життєво

необхідним для людини внаслідок екологічних проблем, що були породжені у XX ст. та продовжують спричинювати негаразди у XXI столітті.

Тому на сьогодні вивчення та дослідження окремого напрямку дизайну середовища – ландшафтного дизайну, який вирішує проблему сприятливого впливу на людину проєктованого навколишнього середовища є доволі актуальним.

Споконвіку людству було властиво прикрашати свій побут, свій будинок, територію перед будинком. Тому встановити, коли ж виникло мистецтво декоративного садівництва, неможливо. Відомо лише, що дуже давно. Спочатку існував так званий «город», що має суто практичне значення – він забезпечував родину рослинною їжею. Трохи пізніше людство стало вирощувати лікарські рослини. З часом навчилися цінувати та інші властивості рослин: зелень захищала від сонця, дощу, вітру, створюючи людині додаткові зручності. Ймовірно, з цього моменту можна говорити про виникнення декоративного садівництва.

І в наші дні рослини створюють комфортне життєве середовище. Хіба що багаторазово зросли вимоги до організації простору. Виникла необхідність враховувати загальне композиційне рішення саду та дому. В практиці створення саду з'явилися стилі й напрямки, що визначають умовності та сформовані прийоми, тенденції і модні новинки. Саме час поговорити про відродження цілого напрямку в мистецтві – *ландшафтної архітектури*, що дає поштовх до нових експериментів та відкриттів при облаштуванні садових ділянок, дворів та прибудинкових територій.

Садовий дизайн початку третього тисячоліття – це не просто авторська робота. Це погляд на місце людини в мінливому світі. Це віддзеркалення стилю життя, способу мислення, естетичних переваг. І, неважливо, скільки тисячоліть нараховує історія ландшафтного дизайну: сьогодні кожен створює її щоразу по-своєму.

Кінець XX-го початок XXI-го століття – час життя в стилі «техно», що

позначився на всіх видах дизайну, включаючи садовий. Відірваність цього стилю від природи породила моду на еkleктику (змішання стилів) в ландшафтному дизайні. І тим не менш, витончена еkleктичність здає позиції, стиль хай-тек поступається натуральності.

Екологічний сад – це протиставлення високим технологіям, що заповнили наше життя. Такий сад відрізняє підкреслена натуральність: жодних, що стали звичними, яскравих клумб та суворой геометрії доріжок. Замість селекційного буйноцвіття зараз в моді дикорості, декоративні трави.

Напрямок максимальної наближеності до первозданної природи продовжує розвиватися в Європі. На піку моди – імітація старовинного занедбаного саду, куди давно не ступала нога людини. Однак потрібно врахувати, що створення атмосфери занедбаності - досить дорогий процес, що вимагає чимало постійних вкладень. Доріжки, порослі мохом і травами, хвилювання злакових рослин, зарості рогози та бамбука. У минуле відходять манірні троянди, а в сади все більш впевнено проникають рослини, що традиційно вважалися бур'янами. До речі, ті «бур'яни», що найбільш повно відображають мрію про «натуральність природи» і створюють необхідний ефект недоглянутості, здебільшого є мешканцями Червоної Книги. Але ті, хто бажає слідувати моді в ландшафтному дизайні, використовують рідкісні рослини.

Все більше уваги приділяється декоративним деталям, як прикладним, так і не функціональним, які просто тішать око. До останніх, без сумніву, відносяться різноманітні садові скульптури – якщо, звичайно, вони виконані зі смаком. Оздоблення ландшафту дерев'яною скульптурою повертає нас до часів язичництва.

В садах знову з'являються альтанки, лави і містки. Як пейзажний, так і регулярний сад прикрашений скульптурами і статуями, декоративними кашпо, підвісними кошиками з рослинами. Регулярні сади модно прикрашати зеленою скульптурою, причому, як стриженими

вічнозеленими деревами і чагарниками, так і вирощеними на металевих каркасах ґрунтопокривними багаторічниками або плетистими рослинами. Подібні прикраси проникають і в пейзажні сади, підкреслюючи гармонійне змішання стилів.

Отже, головна вимога нинішньої моди ландшафтного дизайну: гармонійність форми і змісту, врахування індивідуальних особливостей конкретного ландшафту, а також естетичних уподобань власника саду. Потрібно дизайн розробляти під стиль території, а не підлаштовувати територію під стиль.

#### **Список використаних джерел:**

1. «Зелений пакет», посібник для вчителя. — Київ: ТОВ Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2010. – 256 с.
2. Прусак В. Ф. Екологічний дизайн: конспект лекцій / Прусак В. Ф., Лук'янчук Н. Г., Кріль Д. Я., Кохалевич М. І. – Львів : НЛТУ України, 2007. – 190 с.
3. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / ред. Минервина Г. Б., Шимко В.Т.. – М. : Изд-во «Архитектура-С», 2004. – 288 с.
4. Туниця Ю. Екологічна Конституція Землі. Ідея. Концепція. Проблеми / Туниця Ю.. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 298 с.
- Череда Н. С.. – М. : АСТ- прес-книга, 2007. – 136 с.
5. Парулина О. Мир игрушек и подделок / Парулина О.. – Смоленск, 2000. – 99с.
6. Кучерявий В. П. Екологія / В. П. Кучерявий. – Львів : Світ, 2000. – 500 с.
7. Гура Л. П. Прикрась свій дім / Л. П. Гура. – К. : Техніка, 1990. – 105 с.

УДК 687.1.

*Шпитко Наталія, студентка II курсу спеціальності  
«Моделювання та конструювання промислових виробів»,  
керівник Ступка О. П.*



## **ІДЕЯ РЕФОРМИ КОСТЮМУ В ТВОРЧОСТІ ДИЗАЙНЕРІВ**

Стаття присвячена дослідженню концепцій формоутворення костюму в дизайні ХХ століття з виявленням витоків, розвитку та тенденцій. Дослідження проведено на зразках концептуальних формотворчих пошуків в промисловому та ексклюзивному дизайні одягу в західноєвропейській практиці дизайну одягу, включаючи роботи модельєрів із країн сходу, які працюють на європейському ринку.

Розпізнавання структури форми костюму має надзвичайно важливе значення в процесі формоутворення, адже дозволяє виявляти і фіксувати зміни в моді за основними ознаками. В контексті проектування костюма ознаки можуть бути конструктивно-технологічними (склад і властивості матеріалів, з яких виготовлено виріб, спосіб виготовлення), морфологічними (елементи, які утворюють просторову форму виробу), функціональними (зв'язок форми з призначенням).

Процес проектування складається з наступних стадій: формування проектного завдання (задум, передпроектні дослідження, проектна концепція); формоутворення (концепція формоутворення, вибір методів та прийомів формоутворення, ескізування, макетування); реалізація дизайн-форми (матеріали, технічні та технологічні засоби, готовий зразок); споживання дизайн-продукту (ексклюзивне, масове).

В мистецтві костюма на початку ХХ століття встановилися два напрямки естетичного відображення жінки нового століття. Перший напрямок полягав у відмові від жорстких корсетних каркасів та переході до пластичного плавного художньо-композиційного вирішення форми костюма, інший – у використанні функціонального костюма. Підкреслення природної краси жіночого тіла, м'які пластичні тканини, східні мотиви, крій по косій можна віднести до основних творчих методів модельєрів П. Пуаре, М. Віоне, Ж. Пакен, Ж. Пату та ін. На початку ХХ ст. була утворена концепція акцентованої пластики, основною ідеєю якої був

наголос на пластику природної форми фігури людини чи матеріалу, з якого виготовлена форма, використання оболонкової та спіралеподібної структур форми костюма.

Аналіз робіт дизайнерів Д. Гальяно, К. Лакруа, Ж.-П. Готьє надав можливість виокремити та обґрунтувати концепцію формально декоративної символіки, основною ідеєю якої є декоративно-орнаментальне та фактурно-оздоблювальне вирішення частин форми чи форми в цілому, характеризується використанням каркасних, футляроподібних та комбінованих структур форми костюма.

Традиційні методи роботи модельєрів першої половини та середини ХХ ст. змінилися на експериментально-епатажні підходи дизайнерів постмодерністської доби. Утворення та розвиток концепції морфологічної трансформації актуалізувало такі методи формоутворення як комбінаторика та деконструктивізм. Піднесення формоутворення, спрямованого на руйнування форми, перебудову функцій одягу, інакше сприйняття призвело до домінування нових формотворчих прийомів, які виражають постмодерністську естетику: комбінаторні прийоми перестановки, вставки, із простого в складне, трансформація всередині форми, перетворення однієї форми в іншу, кінетизм форми, модульність, інверсія, розрив, зборки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шевнюк О. Л. Історія костюма. – К.: Знання, 2008.
2. Мода и стиль: Современая энциклопедия Аванта + / Глав. Ред. Володин В. М.: Аванта +, 2002.
3. Светлова Л. П.. Азбука орнамента. Москва 2001.
4. Адам М. Галстук: стиль и мода. – М.: Мода 21-век, 2003.
5. Борецька Є. Я. Моделі одягу: Навч. Посібник. - Львів: Світ, 2000.
6. Дудникова Г.П. Історія костюма. – Ростов-на-Дону: Фенікс, 2003.
7. Ермилова Д. Ю. История домов моды. – М.: Академия, 2003.

8. Кибалова Л., Вербенова О., Ламаюва М. Иллюстрированная энциклопедия моды. - Прага: Арттия, 1966.
9. Короткова М. В. Культура повседневности: История костюма. – М.: Владос, 2002.
10. Мерцалова М. Н. Костюм разных времен и народов: В 4 т. – Т.1. – М.: Академия Моды, 1993.

УДК 349.2: 331.2(477)

*Ядчишин Христина, студентка II  
курсу спеціальності «Дизайн»,  
науковий керівник, к. мист., доцент Маркович М. Й.*

## **ЕЛЕМЕНТИ КРЕАТИВУ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ**

Дизайн інтер'єру — порівняно нова для України дисципліна. Вона вимагає від дизайнера базових знань з історії дизайну, типології громадських та житлових споруд, основ композиції, існуючих архітектурних стилів та вміння користуватися ними в практиці проектування

Дизайнерська діяльність відрізняється постійним пошуком компромісу між функцією та формою її вираження. Створення тільки естетично привабливої форми без урахування функціональних вимог веде до «голового» формалізму [1, С. 55]. Слепе дотримання функції, а точніше комплексу різноманітних вимог, іноді суперечливих, може руйнувати художню єдність форми. Професіоналізм у творчості саме полягає у точному знанні функціональних вимог і гнучкості їх використання для досягнення повноцінного рішення, що задовольняє одночасно утилітарні і духовні потреби. Отже, дана тематика є актуальною.

Креативність - найважливіша якість фахівців-дизайнерів. Дизайнеру, здійснюючи професійну діяльність, доводиться здійснювати цілий ряд завдань: створювати оригінальний, нестандартний продукт, в той же час

працювати за наявними зразками і затвердженим виробничим схемами в точній відповідності з ДСТами, демонструвати при цьому високий естетичний смак і тонке почуття міри. Крім того, дизайнер повинен мати чітке уявлення про те, чого чекає від нього споживач, слідувати тенденціям часу і місця, науково-технічному прогресу, реагувати на соціально-економічні зміни і, найважливіше в цій ситуації, вміти випереджати час і створювати продукт, затребуваний в майбутньому. Очевидно, що нестандартне, творче мислення є невід'ємною якістю майбутнього дизайнера.

Основними засобами формування інтер'єру вважаються поєднання об'ємів і мас з площинами, які обмежують інтер'єр. Площини задають планові габарити інтер'єру, його конфігурацію. Традиційним і надзвичайно ефективним способом є деталювання форми поверхонь: різного роду поділи, пластичні деформації, прорізи, використання різних фактур, матеріалів, кольорових співвідношень тощо [2, С. 34]. Ці елементи формоутворення іноді мають декоративний, «накладаний» характер, іноді впливають із конструктивних або функціональних особливостей певного інтер'єру, але насамперед саме вони є носієм масштабу й ритмічних побудов, що виявляють ідею організації простору. Твори монументально-декоративного мистецтва теж можуть бути формоутворювальною основою простору інтер'єру (різного роду монументи, декоративні інсталяції й т. п.), «читатися» як фрагмент декорування поверхні або покриття підлоги чи стелі (панно, рельєфи, орнаментальні композиції тощо). Безпосередньо до творів образотворчого мистецтва примикає інша група — рекламно-інформаційні засоби, плакати та банери, активне декорування вхідних груп офісів й іноді громадських споруд (реклами, вітрини, емблеми) або створення самостійних об'ємних об'єктів (показчики, стаціонарні інформаційні засоби), поділ поверхні покриття (комунікаційні смуги, зонування). Усі різновиди меблів заповнюють простір інтер'єру, а доповнюють їх елементи декору — текстиль, обладнання і т. ін. Як

відзначав Іконніков О. В., традиційним вважають «співвідношення маси й простору, спосіб, яким приведені до стійкої рівноваги». Форми взаємозв'язку частин організованого, зонованого простору, співвідношення величин і ритм чергування просторових поділів і матеріальних елементів — основні засоби архітектурної мови. Їх доповнюють пластика і фактура поверхонь, їх колір і організація освітлення. Засоби інших мистецтв підтримують можливості.

Інший принцип діяльності дизайнера — створення автономності колористики елемента й цілого [3, С. 76]. Колір нерозривно пов'язаний із простором. Кольорова культура, насамкінець, є культурою освоєння простору, тому настільки необхідне пізнання феномена кольору. Чим дозрілішою є колористика об'ємно-просторового середовища, тим інтенсивніший й різноманітніший процес її функціонування, взаємна обумовленість розвитку її частин. Досягнення колористики інтер'єру, наприклад, вже стають надбанням міста у зв'язку із процесом інтер'єризації його просторів. Дизайнер, безумовно, повинен професійно володіти кольором, тобто свідомо й цілеспрямовано використовувати цей феномен, випробовуючи при цьому естетичні переживання. Це невід'ємна частина особистої культури проектувальника.

Побутові світильники, призначені для житла, мають дві основні функції: утилітарну — забезпечення всіх функціональних процесів у житловому приміщенні необхідним освітленням, і декоративну — як активні складові композиції інтер'єру [5, С. 71]. Тому обік світильників, що традиційно забезпечують спрямоване світло для робочих процесів або розсіяне світло, дедалі більшого значення в інтер'єрі набувають декоративні світильники, майже позбавлені утилітарних функцій. Розмаїтість їх форм практично необмежена.

Сьогодні в житлових і громадських інтер'єрах велике значення має також аудіовізуальне обладнання. У 1970-ті роки існувала тенденція інтегрування аудіо і відеотехніки з побутовим обладнанням, коли

телевізійні екрани або аудіоапаратура не виділялися із площин шафових стінок, візуально сприймаючись як їхня складова [4, С. 103]. Однак переважна більшість сучасних елементів звукового та відеообладнання виконана як закінчений витвір дизайнерського мистецтва, здебільшого контрастні до архітектури меблів. Така контрастність дає їм можливість існувати в будь-яких інтер'єрах.

#### **Список використаних джерел:**

1. Альтшуллер Г. С. Творчість як точна наука. 2 вид., дополн. - Петрозаводськ: Скандинавія, 2004. - з. 208
2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public relations., СПб, 2002 - 150 з.
3. Дилтс Р. Стратегії геніїв. М., 1999.
4. Дрю Ж. М. Ламаючистереотипи.С. Пб., 2003, 165 с.
5. Казуров А. В. Контроль над перебігом рекламної кампанії уряду й оцінка її економічного (торгового) ефекту // Маркетинг у Росії там. - 2003. - №2.

УДК 336.648

*Грицан Ірина, студентка II курсу  
спеціальності «Фінанси і кредит»,  
науковий керівник Вавричук О. С.*

## **ФАНДРАЙЗИНГ ЯК ЗАСІБ ПОШУКУ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

На сьогодні, в умовах розвитку ринкової економіки, громадянського суспільства та соціальних ініціатив, великого розмаху набула благодійність у вигляді меценатства, спонсорства та підтримки через надання грантів, пожертв, матеріальних, інформаційних ресурсів, волонтерської допомоги тощо. Поширення благодійності та набуття нею форми організованої діяльності спричинило виникнення фандрайзингу, як засобу пошуку джерел фінансування, що допоможуть організовано діяти як меценатам, так і бенефіціантам для реалізації проектів і програм. Благодійність є зворотнім боком фандрайзингової діяльності. Проте досвід українського фандрайзингу є незначним і потребує додаткового дослідження.

З пошуком джерел фінансування і реальних донорських засобів, для реалізації соціально-орієнтованих і суспільно-значимих проектів стикаються практично усі некомерційні організації і органи місцевого самоврядування. Проблема забезпеченості суспільно-значимих проектів джерелами безоплатного фінансування наштовхує на усвідомлення необхідності нормування деякої цілеспрямованої стратегії пошуку засобів організації – фандрайзингу [1, С. 52].

Впровадження у практику роботи неприбуткових підприємств і організацій фандрайзингу сприятиме забезпеченню розвитку і ефективної діяльності некомерційних і громадських організацій.

Неприбуткова (некомерційна) організація (НПО) – організація, що не

має за основну мету своєї діяльності отримання прибутку і не розподіляє отриманий прибуток між учасниками, тим самим вимагає пошуку постійних джерел фінансування для реалізації проектів. НПО фактично виконують функцію соціальних посередників-реалізаторів соціальних ідей і програм, тобто вони діють між державою, комерційними фірмами і громадянами. Це все свідчить про важливість всебічного розвитку даного сектора економіки і для держави, і для бізнесу, і для суспільства [2, С. 14]. Проте важливою перепорою при реалізації неприбуткових проектів постає питання їх фінансового забезпечення [3, С. 196].

Метою існування НПО є турбота про малозабезпечених, хворих, соціально неблагополучних громадян, сприяння вихованню та освіті дітей і підлітків, збереження і розвиток культури, реальний захист прав і свобод та багато іншого з того, що не може бути забезпечено на чисто комерційній, ринковій основі. Для того, щоб цей сектор розвивався і приносив очікувані результати, керівникам НПО необхідно грамотно планувати і організовувати свою діяльність. Особливу увагу слід приділити фандрайзингу, як способу залучення фінансових ресурсів.

Фандрайзинг (англ. fund - ресурси, фінансування, raise - знаходження, збір) - спланована і безперервна діяльність, спрямована на забезпечення організації ресурсами, необхідними для реалізації її статутних завдань. Фандрайзинг, як комплексна система заходів, що забезпечують пошук джерел фінансування діяльності, має певні завдання та етапи реалізації.

Основними завданнями фандрайзингу є:

- залучення ресурсів для реалізації цільових програм, соціально значущих та наукових проектів;
- аналіз ефективності діяльності організації;
- аналіз ефективності та моніторинг проекту;
- збір нових ідей для реалізації майбутніх програм;
- підтримка цільових груп та допомога в самореалізації індивідів.
- підвищення іміджу організації та зміцнення довіри громадськості до



неї;

- інформування та просвітництво громадськості щодо проблем, які вирішує організація [4, с. 19-20].

Основними джерелами фінансування фандрайзингової діяльності є:

- пожертвування, вкладення спонсорів;
- проведення благодійних заходів по збору коштів;
- отримання грантів;
- створення малих підприємств, кооперативів, акціонерних товариств з метою доходів від власної комерційної діяльності;
- участь у державних та регіональних цільових програмах;
- волонтерський рух;
- доходи від збору членських внесків [4, С. 88-89].

Таким чином, можна виділити два основних способи фінансування НПО: внутрішнє і зовнішнє. До внутрішніх відносяться: кошти від проведення благодійних заходів (доходи від марафонів, розпродажів, концертів тощо), добровільні пожертвування окремих членів організації, доходи від господарської діяльності. Зовнішні джерела фінансових коштів - це гранти міжнародних донорських організацій, громадських та державних фондів уряду чи місцевої організації, спонсорські внески від комерційних структур, приватні та благодійні пожертви.

Методи організації пошуку ресурсів можуть бути різними:

- екстенсивна стратегія — створення баз даних фондів і програм і виялова розсилка запитів або заявок (на практиці малоефективна);
- інтенсивна стратегія — ретельне планування і підготовка проектів до стану одного безпрограшного варіанту і подача заявок на грант в ретельно підібраний фонд або програму.

Сам процес фандрайзингу складається з певних послідовних етапів – виявлення самої соціальної проблеми; економічне й етичне обґрунтування проекту; узгодження інтересів і мотивів потенційних спонсорів; аналіз існуючих механізмів збору коштів; підготовка матеріалів для надання

спонсорам (заявки, прес-релізи тощо); здійснення контролю за надходженням коштів.

Для успішного укладення фандрайзингової угоди, менеджерам НПО слід дотримуватися певних правил і етичних стандартів. Не прийнятним є залучення коштів від організацій окультного і деструктивного характеру (сект тощо), а також організацій або приватних осіб з кримінальним іміджем, умисне ведення псевдо-фандрайзингових кампаній.

Основними законодавчими актами у сфері фандрайзингу в Україні можна вважати акти, які регламентують діяльність громадських організацій, а саме благодійних та неприбуткових – це: Конституція України, Господарський Кодекс України, Податковий Кодекс України, Закони України: «Про благодійну діяльність та благодійні організації», «Про громадські об'єднання», «Про волонтерську діяльність», «Про гуманітарну допомогу» та ін.

Проте в Україні ще не створена достатня законодавча та інформаційна база для розвитку фандрайзингу. Тому, збільшується ризик корупції, коли НПО прикриваються благодійною діяльністю в корисливих цілях. Зокрема, вимагає удосконалення податкове законодавство з питань розвитку благодійництва, правове регулювання неприбуткових громадських організацій, формування прозорості фінансової звітності НПО з метою розширення можливостей фандрайзингової діяльності в Україні [5]. Також причинами недостатнього розвитку некомерційних організацій є: відсутність довгострокових проектів, відсутність методологічної бази фандрайзингу, низька мотивація потенційних фінансових донорів.

Велику роль у проведенні ефективного фандрайзингу відіграє участь волонтерів. В умовах неоголошеної війни та нестабільної економічної ситуації, що склалася в Україні, волонтерський рух набув особливої актуальності. Волонтерська діяльність є невід'ємною складовою фандрайзингу, оскільки за допомогою досвідчених волонтерів можна охопити більшу кількість донорів, до яких необхідно звернутись особисто

[2, С. 16]. Тому сприяння розвитку волонтерського руху в Україні є однією з перспектив фандрайзингової діяльності.

Таким чином, для розвитку фандрайзингу в Україні потрібно створити сприятливі умови як з боку держави, так і з боку суспільства, використовуючи напрацювання зарубіжних і вітчизняних неприбуткових організацій. Незважаючи на існуючі проблеми, фандрайзинг в Україні набирає обертів, сприяє запровадженню нового типу мислення, нового погляду на благодійність, бізнес, волонтерство.

### **Список використаних джерел:**

1. Грабчак О. В. Фандрайзингова діяльність як альтернативний засіб залучення коштів у соціальну сферу // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Випуск 31. – С. 51-54.
2. Соколова А. М. Фандрайзингова діяльність: сутність, особливості та перспективи розвитку // Економіка та держава. – 2013. - № 1. – С. 13-16.
3. Огородник В. О. Фандрайзинг — інструмент активізації соціально-відповідальної взаємодії суб'єктів суспільних відносин // Економіка і організація управління. – № 1 (17) – 2 (18). – 2014. – С. 195-199.
4. Чернявська О. В., Соколова А. М. Фандрайзинг. Навч. посіб. – 2-ге вид., з доопрац. та допов. - К. : Алерта, 2015. – 272 с.
5. Соколовська В. В. Сутність та перспективи розвитку в Україні фандрайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4453>

*Головко Вікторія, студентка III курсу  
спеціальності  
«Економіка підприємства»,  
науковий керівник Криховець-Хом'як Л. Я.,*

## **МАРКЕТИНГОВІ ВІЙНИ БРЕНДІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ**

Щороку на ринку з'являється величезна кількість нових товарів, більшість яких, представлені торговими марками, що обчислюються десятками і навіть сотнями. Нові сегменти ринку стрімко заповнюються товарами, мало відрізняються за своєю сутністю. Відбувається позиціонування товару в цільовому сегменті. Успіхів досягає виробник, який не тільки володіє більш високим рівнем організації виробництва та управління маркетинговою діяльністю, володіє великими фінансовими ресурсами, але і здатний сформувавати у споживача стійке позитивне ставлення до «свого» товару і торгової марки, «оприлюднити» продукт, надати йому яскраві особистісно-індивідуальні риси. У зв'язку з цим у практику маркетингової діяльності в Україні входить новий термін - бренд, який є найсильнішим інструментом бізнесу.

Метою роботи є вивчення актуальної на сьогодні теми конкуренції брендів, її основних тенденцій та сучасних напрямів розвитку у світі, і зокрема, в Україні. Об'єктом дослідження є бренди - торгові фірми, їхня поведінка у війні брендів.

Основні завдання наукової роботи:

1. Розглянути тему війни брендів як форми конкурентної боротьби.

Методи ведення війн.

2. Привести приклади війн брендів.
3. Знайти шляхи розв'язання даних протистоянь.

Зазначаючи про поняття «бренд», слід звернути увагу на його призначення, іншими словами, на сприйняття інформації, укладеної в

бренд. Бренд повинен викликати асоціації з товаром, бути таким собі уособленням його сутності, відображати його призначення та містити особливий сенс, закладений у товарі. Тому бренд в сучасних умовах є центральним поняттям маркетингу. Товар сприймається через бренд – «обличчя» товару. Відповідно, бренд повинен відображати властивості товару, його якість, щоб при аналізі, який проводиться споживачем, складався позитивний образ. Яскравий і легко запам'ятовуючий бренд буде мати більший успіх, ніж складний і заплутаний [3, С. 112].

Поняття «бренд» досить широке за змістом. У нього входять всі властивості продукту, упаковка, ціна, ім'я виробника, його репутація, історія фірми. Це цілий комплекс відокремлених понять, які в підсумку формують враження про товар. Воно легко може змінитися завдяки бренду, а товар при цьому залишається незмінним. Іншими словами, бренд створює особливий образ товару, виділяючи його з маси альтернативних товарів і створюючи можливість конкуренції.

Одним з головних знарядь підприємців та фірм для придушення конкурентів є реклама. У 80-ті роки на території Радянського союзу з'явився термін «чорний PR», що позначає діяльність (піар), спрямовану на погіршення іміджу якогось живого або неживого об'єкта [1]. Використання такого роду діяльності демотивує людей на придбання товару конкурента. Чорний піар полягає у використанні негативної інформації, але це не обов'язково інформація, що містить неправдиві відомості або образи. Це можуть бути правдиві відомості про бренди, товари, поширювані методами піару з метою усунення їх з конкурентною майданчики. Якщо ж розглядати про чорний PR, як метод несумлінної реклами, то це свого роду атаки, спрямовані на руйнування іміджу та бізнесу конкурента, спосіб ведення інформаційних війн.

Чорний PR не завжди можна віднести до недобросовісної реклами. Якщо він створюється професіоналами, знавцями своєї справи, то найчастіше спрямований не на образу конкурента, наклепи, а на боротьбу

за чесність і справедливість. Він дозволяє вказати на факти, що говорять про низькій якості товарів і сервісу конкурентів, про обман споживачів.

Психологія споживача влаштована так, що більший інтерес викликають ті конкуруючі компанії та їхні товари, чії рекламні ходи будуть більш яскравими, неординарними, а часом і жорстокими. Можливість показати свої неординарні ідеї, знайти великий досвід, і звичайно істотний розмір бюджету створює свого роду «війну» між брендами у сфері реклами. Несучи певний вплив на аудиторію, «чорна» реклама, «чорний» піар формують соціальні установки, спотворюють об'єктивність сприйняття [2].

Завдяки механізму впливу ілюзійних стереотипів на думки і судження формує готовність сприйняття подій і вчинків невірним чином, виходячи з нав'язаних упереджених уявлень. Відповідно формуються певні образи, які мають малу схожість з об'єктивною реальністю. Надалі такі уявлення стають внутрішніми нормами, програмують поведінку людини, його реакцію, створюють у свідомості різні упередження.

Отже, розглянемо найвідоміші маркетингові війни заходу.

Одним з найбільш яскравих прикладів недобросовісної реклами є «випади» Audi спрямовані на придушення BMW, який протягом п'яти років приймає виклики суперника, не залишаючи їх без відповіді. Початком послужила виклик BMW: автогігант вітав Audi з перемогою в конкурсі «Автомобіль року - 2006» в Південній Африці, підписавшись: «Переможець конкурсу «Машина світу – 2006». Audi приховувати образи не стала, виступивши з відповідним постером: «Вітаємо BMW з перемогою в конкурсі «Машина світу – 2006». Від шестиразового переможця перегонів Consecutive Le Mans 24 Hour (2000-2006)». Їх війна триває і донині. Одним з останніх за часом був відзначений хід Audi в Росії. Компанія нагадала конкуренту про невдалої адаптації міжнародного слогану Freude ist BMW (Joy Is BMW). «Захват готовий до майбутнього», «Захват грає по великому» і «Захоплення створює рекордсменів», які

неодноразово засуджувалися рекламістами і любителями марки в мережі. «Міняємо ваш захват на Audi», було написано на біг-бордах, що супроводжувалося вигідною акцією: до кінця липня можна було здати автомобіль марки BMW, отримати додаткові 50000 рублів і придбати новий Audi A6. BMW в свою чергу не розгубився у відповідь, помістивши біг-борд з усім модельним рядом, і підписавши: «Too busy to play games» («занадто зайняті, щоб грати в ігри»).

Третій у цій історії виявився не зайвим. Subaru заявила, що BMW і Audi — молодці, і конкурси виграють, і сперечаються красиво, а ось Subaru, тим часом, стала найкращою в International Engine 2006 («Кращий двигун – 2006»).

Coca Cola і Pepsi теж не стояли осторонь. У середовищі жорсткої конкуренції два відомих бренда газованої води не можуть «жити мирно». Вони борються у всьому: смак напою, широта лінійки, привабливість упаковки, оригінальність реклами, і звичайно ж обсяг продажів. Що тільки вони не робили: початок було покладено компанією Coca-cola з історії про хлопчика, який не міг дотягнутися до кнопки Pepsi на вендинговому апараті, а останнім інтригуюче відео було знято восени 2010 році компанією Pepsi про війну водіїв Pepsi і Coca-Cola. Цього разу дії відбувалися в супермаркеті в процесі викладення товарів. Головні соціальні мережі світу перевірялися протягом трьох місяців, результат вилився в «Топ 100 соціальних брендів». Ні Coca Cola, ні Pepsi не присутні на верхніх рядках цього рейтингу. Coca Cola посіла 31 місце, Pepsi - тільки 52-е. Станом на 14 березня 2011 року у офіційної сторінки Coca Cola на Facebook 23033736 «лайкерів», а в Pepsi – всього 3399041, майже в 7 разів менше. Pepsi розуміє, що для перемоги в цій війні буде потрібно прикласти не мало зусиль. Pepsi намагається все більше брати участь в етично спрямованих акціях і все менше приділяє увагу провокаційній рекламі для боротьби з Coca-cola.

Apple і Microsoft теж не відстають в оригінальності рекламної політики, але при цьому не насміхаються над противником. Починаючи з 2006 року, в рамках рекламної кампанії «Get A Mac», Apple зняв 8 роликів, правдивих і при цьому трохи гумористичних. У цих роликах компанія не очорняючи конкурентів з Microsoft, грамотно підкреслила свої переваги, з допомогою порівняння з достоїнствами конкурента. Сюжет всіх роликів схожий, полягає він у тому, що дві людини, які уособлюють собою Apple і Microsoft, ведуть динамічний діалог, який містить цікаву для глядачів інформацію. Після перегляду глядачеві стають зрозумілими сильні сторони Apple, в той час як Microsoft дістається роль экс-лідера. Звісно Apple має не одного конкурента здатного брати участь у маркетингових війнах, другим стає – Samsung. Samsung використовував проблеми iPhone 4 для реклами свого смартфона Galaxy S. Компанія почала безкоштовно розсилати свій новий телефон Galaxy S популярним інтернет-блогерам з Англії, які скаржилися на свої iPhone 4 в Твіттері. Крім того, у пресі була запущена рекламна кампанія, де в слові Hello, замість літер L, використовується значок якості сигналу.

На теренах сучасної України офіційно не має місця не добросовісному маркетингу, зокрема війнам брендів, адже українське законодавство має окремі важелі тиску проти рекламних битв:

- Антимонопольний комітет України, один з органів, що регулює рівень конкуренції на території України;
- юридично-законодавча база.

Проте, на сьогоднішній день активно процвітає маркетингова битва між тернопільськими забудовниками та хмельницькою будівельною компанією «Набережний квартал», яка проникнула на тернопільський ринок зовсім недавно, проте майже одразу завоювала стійкі позиції значно нижчою ціною для прикладу: тернопільські забудовники просять 9000-12000 грн/м<sup>2</sup>, а «Набережний квартал» 6900 грн/м<sup>2</sup>. Отже, початок війни було покладено статтею в найбільшій спільноті Тернополя, соціальної



мережі «Вконтакті», від тернопільських забудовників, мовляв, «Набережний квартал» – будівельна афера, споживачі сприйняли цю статтю скептично, проте доля споживачів повірили у статтю. Відповідь хмельницьких забудовників не довелось довго чекати, її можна було зустріти на біг-борді: ТернопільЗБУТ? КреМатор? Навіщо платити більше? Після такої відповіді, з невеликим проміжком часу можна було зустріти біг-борд з відповіддю, тобто з провокацією, фото будинків «Набережного кварталу», а під ними надпис: «Нова будівельна афера», в мережі Інтернет до сьогодні «впливають» нові статті на захист, тої чи іншої сторони.

На нашу думку, методами для врегулювання таких конфліктів повинні бути:

- законодавство, єдиний спосіб врегулювання з боку держави, в безнадійних випадках використання квот, штрафів;
- розподіл сегментів ринку між виробниками;
- вибір нейтральної позиції до провокацій, робота над якістю та ціною самої пропонованого продукту;
- створення оригінальної реклами, без участі у війні.

У прагненні завоювати ринок збуту, амбіційні компанії не готові поступатися перемогу конкурентам. В ході змагань можуть використовуватися різні методи, як нешкідливі, так і більш серйозні, здатні викликати великий конфлікт двох борців світової торговельної площадки. Важливу роль у регулюванні таких конфліктів повинно відігравати законодавство та вміло розроблені фірмами стратегії маркетингу.

### **Список використаних джерел**

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Ф. Котлер // Пер. с англ. - М.: Виль-ямс, 2007. – 646 с.
2. Голубков Е. П. Основы маркетингу: посібник. / Голубков Е. П. - М.: Фінпрес, 2008. –704 с.

3. Д'Алессандро Девід. Війни брендів. 10 правил створення непереможної торгової марки / Д'Алессандро Девід – СПб : Донецьк- 2002. – 104 с.

УДК 336.717

*Лилик Діана, студентка III курсу  
спеціальності «Фінанси і кредит»,  
науковий керівник Михальчишин М. П.*

### **ЗАЛУЧЕНІ КОШТИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ТА МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ НИМИ**

Комерційні банки є підприємствами, що спеціалізуються на посередницькій діяльності, яка пов'язана, з одного боку, з купівлею вільних грошових коштів на ринку ресурсів, а з другого – їх продажем підприємствам, організаціям та населенню. За таких умов для банків є однаково важливими як операції із залучення коштів, так і з їх розміщення. Від операцій із залучення коштів залежить розмір банківських ресурсів і масштаби діяльності комерційних банків.

На сучасному етапі розвитку банківської системи формування банками ресурсної бази відіграє велике значення для їх ефективної діяльності. Наявність в установі достатнього обсягу коштів дозволяє здійснювати активні операції, отримувати стабільні прибутки та диверсифікувати ризики. Основним джерелом формування ресурсної бази банків є саме залучені кошти. У банківській практиці залучені кошти називають депозитними зобов'язаннями. З їх допомогою фінансово-кредитна установа має можливість підтримувати ліквідність на достатньому рівні, прискорювати безготівкові розрахунки.

Однієї із форм залучених ресурсів є сертифікати, які бувають депозитними та ощадними. Депозитні сертифікати надаються юридичним особам, а ощадні – фізичним.

До залученого капіталу комерційного банку належать також кошти, отримані від випуску та продажу боргових зобов'язань (облігацій та векселів).

Залучені кошти значно впливають на фінансовий стан банківської установи. З одного боку, як джерела коштів для активних операцій вони збільшують очікувану рентабельність власного капіталу банку, з іншого – як джерело витрат збільшують ризик втрати фінансової стійкості банку.

Банк має мати таку структуру ресурсної бази, яка дозволить поєднати порівняно високу надійність та стійкість ресурсної бази з невисокою їх вартістю. Але в той же час виникає гостра потреба в трансформації короткострокових ресурсів у довгострокові, оскільки необхідно задовольнити попит на високоліквідні активи. Ця трансформація може відбуватися за двома напрямками: трансформація засобів до запитання в поточні пасиви та трансформація варіативної частини поточних пасивів.

Для оцінки ефективності використання банком своїх ресурсів використовуються такі показники:

- ефективність використання платних пасивів;
- ефективність використання сукупних зобов'язань.

Аналіз наведених показників здійснюється у динаміці, а також порівнянням фактичних показників з їх нормативними значеннями. Для розрахунку впливу факторів на показники ефективності використання зобов'язань банку використовується спосіб ланцюгових підстановок.

Оптимізація ресурсної бази банку повинна здійснюватись за допомогою прийомів лінійного програмування. При цьому за основу оптимізації беруться такі критерії:

- витратність ресурсів;
- стабільність ресурсів.

Оптимальною буде така структура ресурсів, коли за наявних умов забезпечуватиметься максимальна стабільність ресурсної бази за її мінімальної відносної вартості. Ефективність оптимізації буде досягнута

тільки у разі врахування всіх існуючих обмежень на ресурси та можливостей їх залучення.

Отже, робота банків безпосередньо залежить від обсягу залучених ресурсів, тому їхні кількісні та якісні характеристики визначають економічний потенціал фінансово-кредитних установ, впливають на їхню стійкість та ліквідність. Правильно сформована політика щодо формування залучених ресурсів є не тільки фактором якісного банківського менеджменту, успішно функціонуючого банку, але й важливою умовою його конкурентоспроможності, прибуткової і стабільної діяльності.

### **Список використаних джерел:**

1. Аналіз фінансових інвестицій у системі прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/170/39/1/1/> – 14. 12. 2013.

2. Аналітичний огляд банківської системи України за 2014 рік [Електронний ресурс] : Національне рейтингове агентство "Рюрик" – Режим доступу: [http://rurik.com.ua/documents/research / bank\\_ system \\_ IV \\_kv\\_2011.pdf](http://rurik.com.ua/documents/research / bank_ system _ IV _kv_2011.pdf) – 14. 12. 2014.

3. Васюренко О. В. , Волохата К. О. Економічний аналіз діяльності комерційних банків: Навч. посібник. – К.: Знання, 2013. – 463 с.

4. Герасимович А. М. Аналіз банківської діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.studentbooks.com.ua/> – 14. 12. 2013.

5. Дмитрієва О. А. Формування ресурсної бази комерційного банку в умовах глобалізації фінансової системи України / О. А. Дмитрієва // Вісник СевНТУ. – 2011. – № 166. – 46-49.

6. Присяжнюк О. П. Джерела формування та зміцнення ресурсної бази комерційних банків в Україні. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/POR TAL/soc gum/pprbsu/2011 31/11 31 27.pdf>.

7. Рисін В. В Роль депозитів населення у формуванні ресурсної бази банку//Регіональна економіка, 2014, №1, С. 229-234.

8. Фінансова звітність ПАТ "Креді Агріколь Банк" [Електронний ресурс] – Режим доступу [https://credit-agricole.ua/files/site/CA\\_IFRS\\_FS\\_2015\\_ukr\\_signed\\_upd\(3\).pdf](https://credit-agricole.ua/files/site/CA_IFRS_FS_2015_ukr_signed_upd(3).pdf)

9. Фурсова В. А. Формування ресурсної бази комерційних банків: сучасний стан і перспективи розвитку / В. А. Фурсова, М. О. Капелюшна // Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии. – 2011. – № 50. – с. 118-124.

10. Якімлюк Я. Фінансові ресурси комерційних банків //Ринок цінних паперів України , Київ, 2012. № 11-12. – С. 23-26.

УДК 334.012.64 (477)

*Маняхіна Аліна, студентка III курсу спеціальності «Економіка підприємства», науковий керівник Голубовська О. М.*

## **ПРОБЛЕМИ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ, ПОКАЗНИКИ І ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ**

Стаття присвячена визначенню проблеми бідності в Україні та розробці шляхів її подолання.

Проблеми бідності — це дуже актуальна тема сучасності. Вона полягає в тому, що немає жодної країни – навіть найбагатшої та справедливої, де б частина людей вимушено не жила значно гірше, ніж більшість населення [1].

В наші цивілізовані часи на Землі більше голодуючих, ніж будь-коли раніше в історії людства. За даними ООН нині в світі понад 1 млрд людей не забезпечені продовольством. Голод став страшним лихом для величезного району світу – країн, що розвиваються.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, кожний п'ятий житель землі зараз хворий, має погане здоров'я або страждає від

недоїдання [4].

За даними Всеукраїнського моніторингового дослідження, проведеного Інститутом соціології НАН України на початку 2015 р. за репрезентативною для дорослого населення країни вибіркою, середньодушові доходи в родинях 85,4% респондентів були нижчі, ніж 1200 грн на місяць, тобто офіційно встановленого прожиткового мінімуму. При цьому в родинях 65,2% всіх опитаних вони не перевищували навіть й половини прожиткового мінімуму (568 грн), розмір якого, на думку багатьох експертів, є суттєво заниженим.

Найважливішими причинами масової бідності в Україні респонденти вважали саме ті, які обумовлюють кризу в економіці і знаходяться в площині зовнішньої політики, що відбиває зростаючу взаємозалежність сучасного світу.

Після руйнування господарських зв'язків внаслідок розпаду СРСР, Україна втратила значну частину свого промислового потенціалу, що й стало основною (60%) причиною масового зубожіння в Україні. Корумпованість всіх гілок влади (58,7%) і міжнародні скандали навколо відмивання «брудних» грошей не сприяють формуванню іміджу України як гідного економічного партнера і закріплюють її другорядну роль у світовому розподілі праці як сировинного додатку, що, в свою чергу, третина респондентів (36,3%) вважають також чинником розповсюдження бідності в Україні.

Шанс на вихід з тривалої соціально-економічної кризи, в якій опинилася Україна, залежить від того, чи набуде боротьба з бідністю статусу основного пріоритету майбутнього суспільного реформування. Сподіватися на те, що це зможе чи захоче зробити сучасний пануючий антинародний режим в Україні, не доводиться. Особливо в умовах відсутності тиску на нього з боку мільйонів знедолених громадян.

Основною причиною низького рівня життя населення в Україні є: відсутність оплачуваної роботи для частини працездатного населення,

низька оплата праці працюючим громадянам, існування певних диспропорцій в заробітній платі, важкі умови праці, тощо [2].

Сьогодні населення України в цілому бідне. Це засвідчують найрізноманітніші показники: низька якість раціону харчування, постійний відтік громадян за межі країни, низька народжуваність, висока захворюваність і смертність, незадоволеність широких верств суспільства загальноекономічною ситуацією та своїм матеріальним становищем.

Реакцією громадян на низький рівень життя є міграційний відтік. Щорічно протягом 2010—2015 років через міграцію загальна чисельність населення України скорочувалася приблизно на 110 тисяч людей — найбільш активних, ініціативних, освічених. Значна частина мігрантів залишає територію країни нелегально. Україна перетворилася на постачальника дешевої й досить кваліфікованої робочої сили в багато країн близького й далекого зарубіжжя. За даними Національного інституту українсько-російських відносин, лише в Росії працюють понад 300 тисяч наших співвітчизників [3].

Відсутність економічної нерівності так само небезпечна для суспільства, як і її надмірність. Якщо у суспільстві переважає прагнення забезпечити повну рівність для всіх, тим самим провокуються утриманські настрої, знижується мотивація інтенсивної трудової діяльності й зайнятості взагалі. Відповідно до даних обстежень, проведених у 2010—2014 роках Українським інститутом соціальних досліджень і центром «Соціальний моніторинг», 75% населення вважають, що вони живуть гірше, ніж пересічна українська родина.

Отож, приведені факти свідчать про стійке і масштабне розповсюдження бідності в Україні, тому це вимагає її розгляду як вагомої загрози людського розвитку і чинника, що ініціює постійну соціальну напругу в суспільстві.

Подолання бідності — завдання не одного дня. Необхідною є координація різнопланових зусиль, визначення пріоритетів на коротко-,

середньо і довгострокову перспективу. Досить швидко адресними діями можна викоренити абсолютну бідність у найгостріших її проявах. Пом'якшення ж відносної бідності, пов'язаної з економічною нерівністю населення, потребує більше часу й зусиль в основному активного характеру (допомоги у працевлаштуванні, відкритті власної справи, отриманні необхідної кваліфікації). Що ж до суб'єктивної бідності, то для попередження викликаних нею соціальних конфліктів потрібні час, довіра до влади на всіх рівнях та узгоджені дії майже всіх соціальних інститутів суспільства[5].

Отже, необхідною умовою подолання бідності стає надання працездатному населенню країни можливостей для самостійного вирішення проблем працевлаштування. Також створення умов для зростання доходів, одержуваних від трудової діяльності. Ще однією необхідною умовою для подолання бідності в Україні є реформування системи соціального захисту, направлене на посилення її адресності і пов'язане з регулюванням величини гарантованого мінімального доходу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гавриленко О. П. Соціальний розвиток: Навчальний посібник / О.П. Гавриленко – 2013. – 125 с.
2. Державна соціальна політика і рівень життя населення в Україні / Економічні есе. – 2013. – 25 с.
3. Збірник: Україна. Національний звіт з людського розвитку 2015. Сила суспільної взаємодії / Програма розвитку ООН. — Київ, 2015. – 99 с.
4. Всесвітня організація охорони здоров'я [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://who.int/ua/>
5. Поточні пріоритети соціального реформування в Україні: актуальність в контексті макроекономічного і світового розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fppr.org.ua>



*Масний Ігор, студент III курсу  
спеціальності «Фінанси і кредит»,  
науковий керівник Оверко В. В.*

## **ЄДИНИЙ ПОДАТОК ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: СУБ'ЄКТИ, ОСОБЛИВОСТІ СПРАВЛЯННЯ**

Зростання національної економіки, створення конкурентного середовища та забезпечення ефективної зайнятості населення висувають на передній план проблему створення необхідних умов для підвищення підприємницької активності та інноваційного розвитку малого бізнесу.

Малий бізнес є невід'ємним елементом сучасної ринкової системи господарювання, без якого неможливий подальший соціально-економічний розвиток. В сучасних умовах малий бізнес зайняв міцні позиції в економіці більшості розвинених країн світу. Мале підприємництво у країнах з ринковою економікою визнано одним із головних факторів політичної та соціальної стабільності національної економіки та суспільства. Фінансова підтримка малого бізнесу, з боку держави передбачає насамперед фіскальні методи впливу, що здійснюються, безпосередньо, через систему оподаткування. На перших етапах становлення системи оподаткування в Україні малому підприємництву надавали певні пільги, зокрема під час оподаткування прибутку. Проте трохи згодом почали вводити обмеження на використання спрощеної системи.

На даному етапі розвитку економіки можна сміливо говорити, що оподаткування суб'єктів малого підприємництва є досить актуальною проблемою.

Такі вітчизняні вчені, як Д. Вишнівський, Іванов Ю. Б., А. Єлисеєв, А. Крисоватий, С. Лондар, І. Луніна, А. Соколовський, С. Бондар, Н. Ущалівський, В. Шпільова вивчали питання, пов'язані із особливостями оподаткування суб'єктів малого бізнесу. Зазначені науковці зробили

значний внесок у вирішенні питань, пов'язаних з вдосконаленням механізму обчислення, нарахування, сплати, подання звітності зі сплати єдиного податку.

Метою дослідження є встановлення переваг та недоліків спрощеної системи оподаткування СПД малого бізнесу та надання пропозицій щодо удосконалення цієї системи.

Система оподаткування – це сукупність податків, що сплачуються до бюджетів і державних цільових фондів у встановленому законами України порядку, а також права, обов'язки й відповідальність платників податків. Кожна держава формує свою систему оподаткування з урахуванням досвіду інших країн, стану економіки, розвитку ринкових відносин, необхідності вирішення конкретних економічних і соціальних завдань, власних національних особливостей [ 4, С. 266].

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – це особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених ПКУ, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності [3, С. 138-145].

Суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на такі групи платників єдиного податку [1]:

1) перша група – фізичні особи, підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

2) друга група – фізичні особи, підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за умови, що

протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;

- обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень.

3) третя група – фізичні особи, підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5000000 гривень;

4) четверта група – сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків.

На даний момент, після багатьох коректив у податковому законодавстві, можна виділити ряд позитивних і негативних аспектів спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності. До основних позитивних аспектів спрощеної системи можна віднести наступне:

- наявність глибокої диференціації ставок єдиного податку;

- спрощене ведення поточного бухгалтерського обліку доходів і витрат з метою об'єднання об'єкта оподаткування за методикою, затвердженою Міністерством фінансів України, адже бухгалтерський облік у повній формі є вкрай витратним та недоцільним, а у деяких видах діяльності просто неможливим;

- замість різноманітних форм податкової звітності за податками та зборами, які заміщуються єдиним податком, заповнюється одна форма звітності.

- суми єдиного податку повністю сплачуються до місцевого бюджету, що зумовлює до більш тісної і якіснішої співпраці між місцевими законодавцями і підприємцями, а також це являється фіскальним стимулом для зацікавленості місцевих органів влади в розвитку малого бізнесу [5,

С.80].

Щодо негативних аспектів вітчизняної спрощеної системи оподаткування, що стримують розвиток малого підприємництва в Україні, то вони полягають такому:

- існує обмеження обсягів виручки суб'єктів малого бізнесу, які дають право використовувати спрощену систему оподаткування;
- для фізичних осіб-підприємців обмежено види діяльності, якими їм можна займатись.

Підсумовуючи усе вищесказане, можна зробити висновок, що нововведення у застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності являються позитивним кроком в процесі розвитку суб'єктів малого підприємництва, тобто перші кроки в напрямі реформування і побудови ефективної спрощеної системи оподаткування зроблено. Звичайно є ще низка невирішених проблем, при вирішенні яких основну увагу варто приділити соціальній спрямованості та фіскальної справедливості такої системи оподаткування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI із змінами і доповненнями, Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>;
2. Закон України “Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування” від 08.07.2010р. №2464-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>.
3. Сидоренко Р. В. Спрощена система оподаткування в Україні: історія і перспективи / Р. В. Сидоренко // Збірник наукових праць таврійського державного агротехнологічного університету. – 2012. – №1.17. – С. 138-145.
4. Червінська О. С. Вибір оптимальної системи оподаткування для

малих підприємств / О. С. Червінська // Науковий вісник НЛТУ. – 2011. – №21.10. – С. 265-270.

5. Орлова В. О. Вплив спрощеної системи оподаткування на подальший розвиток малого бізнесу / В. О. Орлова // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Сталий розвиток економіки. – 2012. – №3. – С. 78-81.

УДК 330.567

*Онишкевич Людмила, Лешків Ірина,  
студенти III курсу спеціальності «Туристичне обслуговування»,  
науковий керівник Шендирук Н. М.*

## **«ВЕСЕЛИЙ СПОЖИВЧИЙ КОШИК» НА ВЕЛИКДЕНЬ ВІД КАБМІНУ**

Кілька місяців тому правозахисник Станіслав Батрин подав позов до суду на уряд України з вимогою переглянути споживчий кошик та прожитковий мінімум. Кабінет Міністрів програв цей суд, тож урядовцям таки довелося провести експертизу складу споживчого кошика. Провели. Перерахували. І замість 1218 гривень з 1 січня 2016 року прожитковий мінімум став аж... 1330 гривень. Вижити на цей мінімум фізично нереально. Якщо ретельно проаналізувати його, він взагалі є абсурдним.

Звісно, можна пояснити це відсутністю індексації заробітних плат і пенсій на тлі подорожчання долара. Але тоді математика уряду залишається ще більш загадковою: яким чином вийшла цифра у 1330 гривень, якщо реальна вартість споживчого кошика у рази вища?

Не так давно експерти ГО «Публічний аудит» підраховали, що фактичний розмір прожиткового мінімуму на одну особу має становити щонайменше 5 тисяч гривень на місяць, а після чергового подорожчання комунальних тарифів із 1 квітня 2016 року – 6,5 – 7 тисяч. Це той мінімальний розмір доходу, який може дозволити людині працювати,

скромно харчуватися, зрідка дозволяти собі оновлювати одяг та сплачувати житлово-комунальні послуги.

*Спробуємо проаналізувати запропонований урядом «Споживчий кошик 2016» і довести аналітичними цифрами, що це знущення над українцями!*

Нещодавня постанова Кабінету міністрів України «Про затвердження наборів продуктів харчування, непродовольчих товарів та наборів послуг» (так званий споживчий кошик) просто приголомшила українців і викликала резонансне обговорення у пресі.

Як правило, складання споживчого кошика проводиться на основі соціопитувань Державної Служби Статистики України. На основі яких опитувань був складений споживчий кошик на 2016 рік не відомо, але по його вмісту українцям доведеться менше їсти і рідше одягатися, а від алкоголю відмовитись зовсім.

Розглянемо пропозиції споживчого кошика 2016 року. Кабмін, спираючись на розрахунки Держстату вирішив, чи то жартома чи то всерйоз, розмістити в кошику споживання українців норму-5 грамів сала в день. Така порція національного продукту виходить з 2 кілограм сала, призначених українцю в рік. Якщо врахувати, що жартома сало називають «національним наркотиком», Кабмін не бажає допустити передозування українців. Що ж стосується інших продуктів харчування, то на думку Кабміну українцеві в день достатньо 22 грами свинини, 25 грамів ковбаси і 5 грамів маргарину.

Ось з технікою Кабмін трохи погарячкував, вважаючи що українцеві достатньо 1 телефону на 25 років. Важко уявити які телефони через чверть століття з'являться, а ви будете ходити з 6-м айфоном обмотаним ізоляційною стрічкою. Ніяку іншу техніку українці так часто не міняють, як телефони. Зараз в школі рідко зустрінеш дитину, котра не має смартфон бізнес-класу. Як тільки з'являються нові моделі смартфонів і айфонів українці купують їх в кредит.

Ось елементи сервірування столу: 2 тарілки на 3 роки, 1 ніж і пара виделок і ложок, розраховані на 10 років не так вже й важливі для іміджу українця, як пара нових телефонів куплених за останній рік. По-перше можна багаторазово користуватися пластиковим одноразовим посудом, адже є звичка прати одноразові кульки. А по-друге, деяку їжу за етикетом можна брати руками. Та й як правило, у багатьох на антресолях зберігається сімейний столовий мельхіоровий набір ножів і виделок, а в серванті стоять кришталеві вази і келихи. Скільки можна витирати пил зі столових предметів, якими півстоліття користувалися ваші предки лише по великих святах.

Проаналізувавши думки експертів, можна визначити що найраціональнішою є така структура споживання, коли на харчі витрачається до третини доходів, непродовольчі товари (одяг, меблі) - 47%, і решта - на послуги. В українському ж споживчому кошику лєвова частка доходів (понад 65%) витрачається на харчі, а деякі непродовольчі товари та послуги не згадуються взагалі. Наприклад, вважається, що пенсіонерам не потрібні ані плавки, ані купальники, школярі можуть обійтися двома підручниками на рік, а студенти взагалі мають обходитися без підручників. Платна медицина та платна вища освіта взагалі не згадуються, бо, згідно із Конституцією, вони в Україні мають надаватися безкоштовно [5].

Відповідно до «споживчого кошика», українцям надається можливість придбання: 1 шафа для одягу (строк служби - 25 років), 1 стілець (15 років), 1 ліжко (25 років), 1 стіл письмовий (25 років), 1 набір для кухні (25 років), 1 дзеркало для ванної кімнати (20 років), 1 телефон (25 років), 2 тарілки (3 роки), 1 ніж (10 років), 2 виделки (10 років), 2 ложки (10 років), 1 холодильник (15 років), 1 пральна машина (14 років), 1 люстра (25 років), 1 радіоприймач (20 років) [6].

Що ж до одягу, то уряду пропонується також затвердити для чоловіків норму по 1 костюму, краватці, джемперу, светру, брюках на рік. З білизни: 6 трусів, 2 майки, 1 плавки та 10 шкарпеток – на рік.

«Жінкам: 6 трусів, 2 бюстгальтера, 2 майки, 1 купальник, 2 синтетичних колготок та 1 брюки. В частині засобів гігієни: 2 зубні щітки, 1 одеколон, 1 гребінка, туалетний папір - 12 шт., – все це на рік».

До речі, такі речі, як кава, чай і цукор, а також сіль зі спеціями в раціоні українця не передбачені взагалі.

Пропонований набір ліків дає зрозуміти, що хворіти громадянам України не дозволяється, навіть суворо забороняється. Протівірусних препаратів, спазмолітиків і антигістамінних препаратів «кошик» не передбачає [3].

Проте, будемо надіятись, що при розгляді та затверджені споживчого кошика українців, уряд реально оцінить всі недоліки які були допущені, та врахує теперішню економічну ситуацію в країні, зможе який вперше проаналізував. Наразі відомо про деякі зміни, які будуть внесені до споживчого кошика, а саме: замість масла українцям пропонують купувати "маргарин", а туалетним папером користуватися доведеться дуже економно - не більше одного рулону на місяць, також збільшили кількість «перукарських послуг» - 4 рази на рік.

### **Список використаних джерел**

1. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://2016rik.com.ua/>.  
Перевірено 23.03.2016.
2. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://ck.sfs.gov.ua/>.  
Перевірено 24.03.2016.
3. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.fpsu.org.ua/>.  
Перевірено 24.03.2016
4. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.interbuh.com.ua/>.  
Перевірено 24.03.2016.
5. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.ukrinform.ua/>.  
Перевірено 24.03.2016.
6. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/>.



Перевірено 24.03.2016.

7. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://zib.com.ua/>.

Перевірено 24.03.2016.

УДК 349.2: 331.2 (477)

*Посвятовська Вікторія, студентка 2 курсу  
магістратури Media i kultura popularna Uniwersytet Marii Curie-  
Skłodowskiej w Lublinie  
науковий керівник Криховець-Хом'як Л. Я.,*

## **ФУДШЕРІНГ — НІМЕЦЬКИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІДЕЙ**

Розглянуто популярний в Німеччині рух за збереження надлишку харчових продуктів фудшерінг (Foodsharing – англ.), визначено ознаки, за якими він може бути віднесеним до альтернативної економічної стратегії, окреслено проблеми, які виникають при його впровадженні та функціонуванні, проаналізовано, яким чином фудшерінг відокремлюється від традиційної економіки і є від неї незалежним.

Наприкінці минулого сторіччя, в період розквіту капіталізму, західний світ сколихнуло ряд економічних криз. Системи, що призвели до процвітання економік таких країн, як: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Італія Японія дали збій, тому виникла потреба пошуку інших шляхів, ніж традиційні схеми збільшення обсягів виробництва і споживання.

Сьогодні з'являється все більше сервісів, що уможливають поширення найрізноманітніших товарів і послуг напряму між людьми, без посередництва спеціалізованих інституцій. Ця тенденція одержала назву «спільне споживання» (collaborative consumption) або «економіка спільного користування» (sharing economy). Її центральний принцип полягає в тому,

що важливіше мати доступ до благ, аніж володіти ними. Це одна із стратегій сучасної альтернативної економіки.

На думку Стефана Хілі, альтернативна економіка стосується процесів виробництва, обміну і споживання, що відрізняються від так званого капіталістичного мейнстріму. Прикладом альтернативних економічних вирішень є кооперативи, самозайнятість, альтернативні фінанси. Важливими рисами альтернативної економіки відповідно до її мети є сприяння у створенні високого рівня самозабезпечення, значних можливостей зайнятості і підтримування матеріального і духовного добробуту її учасників. Альтернативна економіка послуговується принципами сталого розвитку і дбає про соціальну рівність і позитивний вплив на екологію [6].

Основні проблеми альтернативної економіки розглядаються в працях таких зарубіжних авторів, як: Лазло Зсолнай (Laszlo Zsolnai), Дженна Аллард (Jenna Allard), Карл Давідсон (Carl Davidson), Ендрю Лейшон (Andrew Leyshon), Роджер Лі (Roger Lee), Колін Вільямс (Colin C Williams), Ханс-Мартн Задемах (Hans-Martin Zademach), Себаст'ян Хіллербранд (Sebastian Hillebrand). Їх праці видано англійською мовою. Серед російськомовних видань дане поняття розглянуто переважно як частина аналізу загальносвітових тенденцій в економіці, зокрема, це стосується публікацій А. Либмана, А. Худокормової, А. Дугиної. В україномовних публікаціях поняття альтернативної економіки часто виступає під терміном неортодоксальної економіки і розглядається як частина світових тенденцій, як, наприклад, в статті «Напрями розвитку економічної теорії на початку ХХІ ст.» Лариси Родіонової [3].

Актуальність дослідження полягає в тому, що в україномовній літературі тільки поверхнево розглянута альтернативна економіка як явище і відсутні аналізи конкретних прикладів її прояву. В умовах кризи світового і локального українського масштабу стає важливим питання запозичення позитивних практик.

На даний момент в Україні є практики, які могли б стати прикладною базою для досліджень альтернативної економіки – це, так званий рух волонтерства, пов'язаний з воєнними діями на Сході країни. Іншим яскравим прикладом було самозабезпечення функціонування Майдану під час Революції гідності в 2014 році. В Україні є потенціал для впровадження своїх альтернативних економічних моделей, але поки що такі рухи є стихійними і направлені переважно в одну сферу – військову. Відповідно до проведених досліджень Фудшерінг можна віднести до руху еко-соціального спрямування. Оскільки проблеми екологічної і соціальної сфер зростають в Україні разом із економічними, тому актуальним стає пошук можливостей їх розв'язання, в тому числі із використанням здобутків світової практики.

Мета дослідження — розглянути схему функціонування альтернативної економічної стратегії на прикладі Фудшерінгу, проаналізувати способи реалізації альтернативних економічних ідей та їх відповідність реаліям. Такий аналіз дасть змогу частково проаналізувати, на якому етапі перебуває розвиток альтернативної економіки.

На сучасному етапі в світовій практиці можна знайти багато прикладів альтернативної економіки. Європейською меккою альтернативних рухів у різних галузях, як культури та економіки, стало м. Берлін. Серед важливих реалізацій альтернативних економічних рішень, що виникли в даному місті, можна назвати організацію громадського центру Регенбогенфабрик (Regenbogenfabrik community center), колективну медіа і публіцистичну компанію Октобердрук (Oktoberdruck AG collective media and print company), клуб у колективній власності (SO36 collectively owned club), громадські сади Принцессінгартен (Prinzessinnengarten community gardening), будівничий кооператив Вонрегаль (Wohnregal Selbstbaugenossenschaft Berlin eG).

Досить молодим альтернативним економічним рухом, що швидко розвивається на території не тільки Німеччини, але й сусідніх країн, є

Фудшерінг.

Фудшерінг, а, власне, його реалізація у [foodsharing.de](http://foodsharing.de), є Інтернет-платформою для збору та дистрибуції «надлишків» продуктів харчування. З цією платформою пов'язані деякі інші волонтерські види діяльності, що мають спільну з нею мету. Їх сукупність можна характеризувати як рух, який в німецькомовній версії має назву «Lebensmittelretten» і в англomовній «Foodsharing». Дослівний переклад німецької версії означає «рятування продовольчих продуктів», англійської – «поширення їжі». Кожна із даних назв відображає одну із граней діяльності руху.

Історія виникнення руху. У 2011 році Рафаел Фермер, один із засновників Фудшерінгу, починає особисту діяльність, спрямовану на збір нереалізованих продуктів харчування з супермаркетів в Берліні. З одним із них – Біо Компані (Bio Company) він починає більш тісну співпрацю. За допомогою коштів, зібраних на [Craftfunding](http://Craftfunding) в липні 2012 року, було створено та зареєстровано об'єднання [Foodsharinge.V](http://Foodsharinge.V), і в вже в грудні того ж року була запущена платформа [foodsharing.de](http://foodsharing.de). У травні 2013 платформа запускається в Австрії під адресою [myfoodsharing.at](http://myfoodsharing.at), яка потім була об'єднана разом з німецькою. Популярність [foodsharing.de](http://foodsharing.de) швидко росте і до лютого 2014 налічує біля 35 тис. активних користувачів

Фудшерінг за свою коротку історію має значне досягненнями щодо швидких темпів територіального розростання. За статистичними даними, що розміщено на сайті [foodsharing.de](http://foodsharing.de), загальна кількість збережених продуктів харчування на сьогодні становить біля 3 млн. кг. [11].

Основна ідея Фудшерінгу, як зазначалося, - об'єднати людські зусилля для зменшення марнотратства продовольчих запасів. Реалізується вона наступними способами.

Збір надлишку:

- збір продовольчих продуктів, які не можуть бути реалізовані з тієї чи іншої причини із супермаркетів, крамниць, ресторанів і готелів волонтерами;

- пожертвування надлишків продовольчих продуктів приватними особами.

Розподіл надлишку:

- через Інтернет-платформу [foodsharing.de](http://foodsharing.de), на якій розміщується оголошення про наявність «Essenkorb» - кошика з їжею, його вмісту та адреси до відбору;

- через мережу холодильників - FairTailers, які розміщені по різних районах міста, часом на вулиці, часом в приміщеннях партнерів, з вільним і безкоштовним доступом до них всіх бажаючих;

- через пожертву на благодичність для таборів біженців, бідних сімей, організацій, що працюють з безхатченками.

Окрім того, періодично організуються заходи для поширення ідеї руху і пошуку нових волонтерів і партнерів.

Загальна кількість волонтерів на даний момент складає біля 10000 осіб, що зареєстровані на платформі [11].

На сторінці [Lebensmittelretten Wiki](#) »[14] розміщена довідка про засади руху, сформульовано принцип діяльності Фудшерінгу: «Ми хочемо показати, що для ефективної торгівлі і функціонування в теперішній час гроші не потрібні, лише бажання, щось створювати і вирішувати, ми можемо змінювати реальність, в якій живемо, через нашу діяльність без фінансової підтримки або стимулювання»[14]. Розглянемо наскільки твердження відповідає реальності.

Фудшерінг реалізовує свою діяльність на засадах добродійності.

Кожен із процесів збирання і розподілу продуктів харчування є повністю неоплачуваний як робота.

Прикладаються всі зусилля, щоб максимально уникнути використання грошей, і спонсори залучаються тільки в крайніх випадках. Навіть, люди, що входять до керівного органу руху OrgaTeam (який краще назвати організаційно-регулятивним), не отримують жодної платні за свою діяльність. Винятком є тільки одна посада керівного директора (managing

director), де людина отримує зарплату як за MiniJob (специфічна форма організації праці в Німеччині, поширена переважно серед студентів, тому що передбачає дуже малу кількість годин праці і низьку ставку оплати). Окрім того, забороняється у будь-якому вигляді продавати зібрані продукти харчування. Звичайно, кожен учасник даного руху отримує можливість заощадити на особистих витратах на продукти харчування. При масштабах, в яких діє даний рух - це може бути значна економія ресурсів і грошей.

Сама Інтернет-платформа була створена безоплатно і підтримується командою волонтерів і партнерів, які надають свої послуги безкоштовно.

Зокрема, оплату за трафік бере на себе еко-вебхостинговий партнер manitu.de, сервер платформи повністю працює на гідроелектроенергії. Коштами за поштові скриньки і домени опікуються на іншому зеленому хостингу - Greensta.de. Команда з волонтерів, програмістів, дизайнерів, перекладачів допомагає підтримувати платформу. Також безоплатно організовані й інші, важливі для функціонування руху, елементи. Правові послуги руху pro-bono надає юридична консалтингова фірма A & B Law Counsultations. Послуги друку надає безоплатно друкарня PrintPool GmbH.

Також функціонування холодильників FairTailers організовується з уникненням оплати коштів самим рухом. Наприклад, FairTailer, розміщений в під'їзді житлового будинку на вул. Дункерштрассе (Dunkerstr.), 14 в Берліні, під'єднується до енергопостачання будинку за згодою мешканців будинку. Звичайно, виходить, що за енергію, яку споживає холодильник, платять мешканці, проте, якщо поділити на всіх, кожен платить мізерну частину. Окрім того, мешканці охоче самі користуються з даного FairTailer. Підтримування чистоти і нагляд за справністю холодильника покладено на волонтерів. Представник із команди організаторів, який відповідає за регіон, де знаходиться даний FairTailer, складає графік чергувань волонтерів і контролює виконання ними своїх обов'язків. Звичайно, це все відбувається на добровільних засадах, тому все

залежить від добросовісності і відповідальності кожного. У цьому полягає частково суть альтернативної економіки або дотичного поняття економіки спільного споживання (sharing economy). Кожен вкладає в рух за своїми можливостями: чи то вміння, чи то вільний ресурс матеріальний або вільний ресурс часу.

Тобто, застосування грошей практично уникається, хоча це не вдається зробити на 100%. Наприклад, оплата депозитів за коробки чи за тару, ламінування посвідчень, інвентар для заходів. У таких випадках кошти вносяться волонтерами, або збираються пожертви. Немає спільної каси для руху, зібрані кошти одразу витрачаються на потреби. Усе побудовано на взаємній повазі й довірі. Пожертвувані гроші не мають нічого спільного з Фудшерінгом, але передаються особам, які, в свою чергу, роблять необхідні оплати. Формально, ці пожертви є також частиною волонтерства, і їх використання залежить не від Фудшерінгу як організації, але від самих учасників.

Під час реалізації практичної частини дослідження було перевірено, як реально функціонує принцип уникання ужитку грошей на власному досвіді. Протягом місяця (січень 2016 р) під час стажування в Університеті Хумбольдта в Берліні (Humboldt Universitat zu Berlin) за програмою Erasmus+ за участі у курсі «Перспективи Берліна» (Berlin Perspectives) відбувалось цілеспрямоване користування сервісами платформи Фудшерінг, таким чином реагуючи на пропозиції зі «збереження продуктів харчування». Гроші були застосовані лише в двох випадках.

Перший – оплата за тару (у Німеччині часто за скляну і пластикову посуду платиться додатково, потім ці гроші можна повернути, здавши тару в спеціальні пункти прийому).

Другий – добровільне пожертвування на транспорт, коли група, яка розподіляла продукти харчування, мала їх у великих обсягах, що змушена була замовляти транспорт. Кожного разу сума вкладу не перевищувала 1 євро.

Такий елемент, як уникнення оплати, лежить повністю на зусиллях волонтерів і підтримці партнерів, які розділяють ідею руху. З іншого боку, при всіх своїх намаганнях відокремитися від традиційної економіки, Фудшерінг не може зробити цього повністю.

По перше, для запуску самого руху були зібрані кошти за допомогою у краудфандингу. Мережа супермаркетів Біо Компані (Bio Company) часом виступає спонсором руху. На офіційній сторінці Фудшерінгу не вказується той факт, в якій формі вона спонсорує рух. Припускається, що дана мережа надає продовольчу підтримку, але не заперечується її фінансова сторона.

Всі учасники руху і партнери є частиною традиційної економіки, яка і є основним джерелом їх доходів. Фудшерінг, не може бути, навіть, постійним альтернативним джерелом продовольства, як вказано на його сайті. Основна мета — це «врятувати продукти, заощадити ресурси», а не допомогти зберегти гроші. Фудшерінг не може гарантувати постійного постачання продуктів, тому закликає до розуміння, що на Фудшерінг не можна покладатися, як на постійне джерело заощадження грошей чи продовольства [14].

Стосовно проблем, з якими Фудшерінг періодично стикається, можна виділити певні аспекти.

Закони, що пов'язані з продовольчими продуктами та інші нормативно-правові регуляції, які перешкоджають функціонуванню руху. Наприклад, на даний момент (початок 2016) Бюро з регуляції питань продовольства (Lebensmittelamt) намагається впровадити правила, відповідно до яких доведеться закрити більшу кількість холодильників в Берліні [11].

Іншими труднощами при організації є те, що діяльність волонтерів не може бути чітко контрольованою, тому час від часу виникають недоопрацювання та неузгодженості дій. Інколи не всі добросовісно виконують свої обов'язки зі збору їжі або з підтримки належної чистоти в холодильниках.



Часом руху приходиться стикатися зі незрозумінням зі сторони суспільства загалом чи окремих мешканців міста. Так, наприклад, в інтерв'ю Джерард вказав, що у деяких жителів будинку, в подвір'ї якого знаходиться FairTailer, було незадоволення тим, що в двір можуть заходити сторонні люди: хоча при цьому, більшість з них користуються продуктами, які ці сторонні особи залишають в холодильнику.

Розгляд даного прикладу альтернативного економічного курсу вказує, що є можливість уникати традиційної економічної моделі всередині руху. За допомогою ефективної співпраці і активної участі всіх учасників руху, Фудшерингу вдалось досягнути мінімізації щодо використання грошей. Однак, виходячи з наведених міркувань, на даному етапі розвитку суспільства така схема не може бути повністю незалежною від традиційної економіки. Тобто, повного уникнення використання грошей і відокремлення від традиційної економіки таки не вдається уникнути.

Важливим є те, що Фудшерингу вдається досягти першочергової мети - збереження продовольчих ресурсів. Окрім того, як зазначає також член команди організаторів, відповідальний за Берлін Амбасадор Джерард, в своєму інтерв'ю: «Фудшеринг є у великій мірі соціальною ідеєю, а не тільки економічною або екологічною». З точки зору соціальної ефективності Фудшеринг має навчити людей ділитися продуктами, ресурсами, громадським простором, тобто, створити підґрунтя для нової альтернативної економіки в свідомості людей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дугин А. Экономическая альтернатива – Экономика против экономики — История альтернативной экономической теории [Текст] / А. Дугин // Консервативная революция. – Арктогея, 1994. - с. 354.
2. Либман А. Современная экономическая теория: основные тенденции [Текст] / А. Либман // Вопросы экономики. – 2007. – №3. – С. 12-15.
3. Родіонова Л. Напрями розвитку економічної теорії на початку ХХІ ст. [Текст] / Л. Родіонова // Вісник Тернопільського національного економічного

університету. - Тернопіль: ТНЕУб 2014. – Вип. 2. – С. 159-170.

4. Худокормова А. Современная экономическая теория запада [Электронный ресурс] : статья / А Худокормов : Режим доступа : <http://www.institutiones.com>.

5. Alternative Economies and Spaces: New Perspectives for a Sustainable Economy, red. Andrew Leyshon, Roger Lee, Colin C Williams [Текст]. – London: Sage Publications. – 2003. – p. 476.

6. International Encyclopedia of Human geography [Текст]. : A 12 – Volume Set / Rob Kitchin, Nigel Thrift. – Elsevier. – 2009. – p. 789.

7. Milani B. Designing the Green Economy [Текст] : The Post-Industrial Alternative to Corporate globalisation. – Lanham: Rowman & Littlefield publishers, inc., 2000. - p. 380.

8. Miller, E. Other Economies are Possible!, ZNet Solidarity Economy: Building Alternatives for People and Planet [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.geo.coop>.

9. Miller, E. Solidarity Economics. Strategies for Building New Economies from the Bottom-Up and the Inside-Out – February 2004 [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.communityeconomies.org>.

10. Solidarity Economy: Building Alternatives or People and Planet, edited by Jenna Allard, Carl Davidson and Julie Matthaei. – Chicago: ChangeMaker Publications, 2008. 11. Über Uns – Hintergrund & Mission von foodsharing [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.foodsharing.de> .

12. Anti-Consumerism and The Alternate Economy [Электронный ресурс]. : Режим доступа – [http://www.verdant.net/alternate\\_economy.htm](http://www.verdant.net/alternate_economy.htm).

13. Eban Goodstein Robin Hahnel What's the True Impact of the Alternative Economy Researchers Decide It's Time to Find Out [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.yesmagazine.org/new-economy/what-s-true-impact-alternative-economy-researchers-find-out> .

14. Willkommen bei foodsharing [Электронный ресурс]. : Режим доступа - <http://wiki.lebensmittelretten.de>.

*Чернявська Вікторія, студентка III курсу  
спеціальності «Фінанси і кредит»,  
науковий керівник Колісник Т. Б.*

## **ВПЛИВ ГРОШОВИХ ПЕРЕКАЗІВ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ**

В умовах глобалізації характер сучасних міграційних процесів постійно змінюється, набуваючи нових форм і зростаючих масштабів, що викликає необхідність створення ефективних регуляторних інструментів. Основним фактором фінансового впливу міжнародної трудової міграції на економічний розвиток країн з мігруючою робочою силою є потоки грошових переказів.

Грошові перекази — важлива складова фінансової системи держави, а також істотне джерело фінансових ресурсів для населення у багатьох країнах. У сучасному світі, що характеризується зростанням рівня відкритості національних економік, вільним рухом робочої сили, капіталів і товарів, грошові перекази є невід’ємною складовою фінансових потоків, органічною частиною його фінансового потенціалу [1].

Слід зазначити, що в колі проблем, які вивчає вітчизняна фінансова наука, аналізоване явище не отримало належної уваги науковців у зв’язку з тим, що отримання даних про грошові перекази нелегка проблема в усіх країнах, оскільки лише частина цих потоків проходить через офіційні фінансові канали або підпадає під інший вид офіційної звітності. Оскільки багато мігрантів нелегальні, вони не відображають у податкових деклараціях чи інших офіційних звітах свої доходи, а система переказів таких доходів також оминає офіційні канали [1].

Тому проблематика щодо оцінки, вивчення факторів і тенденцій грошових переказів у вітчизняній фінансовій науці є новою і досить малодослідженою.

Окремі аспекти обговорюваної проблеми, зокрема в контексті зовнішньоекономічних процесів, міжнародних фінансових відносин, міграційних процесів вивчали такі науковці, як А. Даніленко, Т. Вахненко, В. Геєць, В. Кораблін, І. Луніна, Л. Тарангул, В. Федосов та ін. Проте донині не приділено достатньо уваги для визначення впливу грошових переказів на економіку країн [5].

Об'єктом даної роботи є дослідження ролі грошових переказів трудових мігрантів в економіці України.

Предметом даної роботи є дослідження впливу переказів мігрантів на економічне зростання України, виявлення каналів здійснення такого впливу, аналіз впливу урядових заходів спрямованих на регулювання потоків грошових переказів на вищевказані процеси.

Завданням даного дослідження є виявлення напрямку і ступеню впливу переказів мігрантів на економічний розвиток України.

Актуальність даної теми зумовлюється швидким зростанням обсягів трудової міграції, і, відповідно, переказів мігрантів. Відбувається зростання значення переказів мігрантів в економіці країн-експортерів трудових ресурсів. Крім того, дана тема не є достатньо дослідженою.

З перших років незалежності України ведуться дискусії щодо впливу зовнішньої трудової міграції громадян України. Дискусії на цю тему загострюються через відсутність однозначної інформації щодо кількості та регіональних особливостей міграції українців за кордон. Різні розрахунки, опитування і дослідження свідчать про відмінність в оцінках на порядок і більше.

Закордонний дослідник Ф. Дювел, посилаючись на дані Світового банку; називає Україну другою країною в світі, після Мексики, за величиною міграційного коридору, третьою в списку країн походження емігрантів, після Індії та Китаю, та четвертою в списку приймаючих країн, після Німеччини. Кількісно еміграція оцінена ним у межах 4 - 15 % усього населення або 20 % працездатного населення [3]. Після прямих іноземних

інвестицій грошові перекази — другі за значущістю фінансові потоки в країнах, що розвиваються, майже втричі перевищуючи суми офіційної допомоги такій групі країн. Особливість грошових переказів полягає в тому, що по-перше, вони не створюють жодних зобов'язань у отримувачів; по-друге, вони витрачаються, передусім, на забезпечення базових умов життєдіяльності домогосподарств. Тим самим вони сприяють формуванню людського потенціалу на мікрорівні, зокрема, життєвої і освітньої його складових і потенціалу здоров'я. Для перетворення грошових переказів на потужний чинник розвитку економіки і людського потенціалу на макрорівні уряди країн змушені враховувати об'єктивний характер даних коштів, вивчати механізми їх впливу на економіку і, використовуючи ці механізми, створювати відповідні соціально-економічні умови для максимальної реалізації потенціалу грошових переказів мігрантів. У зв'язку з цим, актуальності набуває дослідження механізмів впливу грошових переказів на фінансово-економічну сферу країн походження [4].

Отже, трудова міграція населення безумовно впливає на економіку України за допомогою грошових переказів, які мають значний потенціал у фінансуванні економічного і людського розвитку країн, що полягає у подоланні бідності, формуванні додаткового джерела державних інвестицій, зниженні ризиків під час криз, фінансуванні розвитку інфраструктури. В зв'язку з цим на перший план виходить розробка інструментів управління грошовими переказами і цільового їх використання, а також створення механізму збору статистичної інформації щодо надходження грошових переказів у регіонах країни. Вдосконалення вимагає фінансова інфраструктура, що не тільки здійснює міжнародні грошові перекази трудових мігрантів до країн походження, але й постає інструментом економічного і соціального розвитку багатьох країн-постачальників робочої сили.

### Список використаних джерел:

1. Національний банк України. Огляд приватних грошових переказів в Україну, що відображаються в статистиці платіжного балансу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/Publication/econom/Balans/Ogl\\_grosh\\_perekaz.pdf](http://www.bank.gov.ua/Publication/econom/Balans/Ogl_grosh_perekaz.pdf)
2. Зовнішня трудова міграція населення України / Державний Комітет статистики України, Український центр соціальних реформ. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2016 р.
3. Ratha D. Leveraging remittances for development / D. Ratha. Migration Policy Institute. - Policy brief. – June. – 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.migrationpolicy.org/pubs/MigDevPB\\_062507.pdf](http://www.migrationpolicy.org/pubs/MigDevPB_062507.pdf)
4. Agunias D.R. Remittances and development: Trends, Impacts, and Policy Options. / D. R. Agunias. – Washington: Migration Policy Institute, 2016. – р. 26.
5. Малиновська О. Україна, Європа, міграція: міграції населення України в умовах розширення ЄС. / О. Малиновська. – К.: Бланк-Прес, 2014. – С. 139.

УДК 811.111.373.43

*Гараган Дарина, студентка III курсу  
спеціальності «Видавнича справа та редагування»,  
науковий керівник Кузів Л. Б.*

## **НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Сьогодні англійська мова, як і більшість інших мов світу, переживає так званий «неологічний бум» завдяки розвитку нових галузей науки і техніки, тотальній комп'ютеризації, поширенню інформаційних технологій на усі сфери людської діяльності. Поява нового слова є результатом боротьби двох тенденцій: тенденції розвитку мови і тенденції її збереження. Це зумовлено тим, що «в мові існує досить сильна тенденція зберігатися в стані комунікативної придатності». Однак для того щоб більш адекватно відобразити, відтворити і закріпити нові ідеї і поняття, мова змушена перебудовуватися, диференціюватися, породжувати нові одиниці. При цьому поява нового слова не завжди викликана прямими потребами суспільства в новій номінації. Найчастіше неологізм – це результат нових асоціацій або результат усунення омонімії і т.д., тобто при створенні неологізму найчастіше діють чисто внутрішньомовні стимули.

Дослідженням англійських неологізмів в різних сферах займалися І. В. Андрусяк, М. О. Жулінська, С. М. Єнікеева, Ю. А. Зацний, К. Г. Трикоз, А. В. Янков, І. В. Заботкіна та інші, що свідчить про незгасаючий інтерес лінгвістів до стрімкого розвитку мови.

За останнє десятиліття словниковий склад англійської мови поповнився новими мовними одиницями, які не тільки швидко увійшли у вжиток, але й почали брати активну участь у творенні відповідних нових слів. Дедалі частіше виникає потреба у мовному відбитті нових понять, які

масово зароджуються у сфері інформаційних технологій, так званих «інфонеологізмів» (термін введено М. О. Жулінською [4]). Це, у свою чергу, зумовило на лінгвістичному рівні потребу уточнення визначення поняття “неологізм”. Тому необхідність вивчення нової лексики як засобу відображення змін, що невинно відбуваються в сучасній лінгвокультурі під впливом таких соціально значущих чинників як комп'ютеризація, інформатизація, глобалізація і т.п. й визначає **актуальність** даної теми. **Мета** нашого дослідження – розкрити поняття неологізм та здійснити семантичний аналіз неологізмів, утворених в соціальних мережах. **Об’єкт** дослідження – неологізми соціальних мереж «Twitter» та «Facebook».

Ключовою проблемою неології (науки про неологізми), яка залишається надалі невирішеною, є розходження науковців щодо визначення самого терміну «неологізму» і тому досі немає виваженого чіткого визначення неологізму. Зокрема А.І. Гальперін вважає, що під неологізмом розуміють будь-які нові словникові та фразеологічні одиниці, що з’явилися в мові в результаті розвитку науки і техніки, нових умов життя, соціально-політичних змін і т. ін. або ті, що передають новими словами вже наявні поняття [1, С. 77].

На думку дослідника Ю.А. Зацного визначення неологізмів як слів або зворотів, що створені для позначення нового (раніше невідомого) предмета або для вираження нового поняття, не можна вважати вичерпним, оскільки воно не включає всі різновиди інновацій. [3, С. 5]. В. І. Заботкіна вважає неологізмими нові слова або фразеологічні одиниці, утворені власними засобами мови або запозичені, які з’являються в мові в конкретний період її розвитку в зв’язку зі змінами умов життя суспільства, а також в зв’язку з досягненнями в науці та техніці, з метою виразити нові поняття, відтінити нові сторони існуючих понять, виразити старі поняття у тих випадках, коли виникає необхідність в більш досконаленій формі вираження даного поняття або в вираженні емоційно-естетичної оцінки вже існуючого поняття [2, С. 19]. Можна зробити висновок, що критерій неологізму, з



одного боку, довільний, з іншого – об'єктивний. Будь-яке нове слово має якість неологізму, тобто часову конотацію новизни, допоки колективна мовна свідомість реагує на нього як на нове. Слід зауважити, що неологізм відрізняється від звичайної одиниці мови тим, що проіснувавши деякий час, він стає загальноживаним словом, або зникає зовсім. Однак на лексичному рівні майже неможливо підрахувати кількість інновацій, «оскільки неологізми виникають не в мові взагалі, як в системі об'єктивно існуючих, соціально-закріплених знаків, а в реалізації цієї системи – у мовленні конкретних носіїв і далеко не всі вони закріплюються в мові» [3, С. 6].

Проте, незважаючи на всі розбіжності в дефініціях, в процесі аналізу «поняття неологізм» різними дослідниками стають очевидними чотири точки зору, які полягають в тому, що термін неологізм застосовується: 1) до новостворених слів, що позначають нове, раніше невідоме, неіснуюче поняття, галузь науки, рід занять, професію тощо; 2) до нових значень уже існуючих в мові слів; 3) до запозичених слів, новизна яких все ще відчувається носіями мови; 4) а також до okazіоналізмів, використані одноразово в мовній практиці певного автора. Власне серед неологізмів розрізняють: лексичні неологізми – це абсолютно нові слова, як за значенням так і за звучанням, семантичні неологізми – це існуючі в мові слова, які набули нових значень, та стилістичні неологізми (авторські неологізми або okazіоналізми) – це слова зумовлені не загальноприйнятим живанням, а специфічним контекстом чи авторським вимислом.

Для багатьох із нас соціальні мережі, блоги, пошукові сайти стали невід'ємною частиною сучасного життя. Новітні технології та, перш за все, Інтернет-спілкування, стають новим виміром життя для сучасної прогресивної молоді. Саме тому виникає нагальна потреба у мовному відбитті нових понять, які масово зароджуються у сфері інформаційних технологій. Останнім часом активно збільшується кількість людей, зареєстрованих у соціальних мережах, саме тому кількість неологізмів цієї

сфери є чи не найбільшою. Серед «юзерів» трапляються *twinterns*: студенти або випускники, які працюють, рекламуючи певні компанії у таких соціальних мережах, як Twitter та Facebook. Цей неологізм сформувався шляхом поєднання лексем *Twitter* та *intern* (*twinternship* є похідною лексемою, що означає вид роботи, яку виконує студент або випускник).

Дієслівні неологізми *to unfollow* та *to defollow* використовують на позначення дії припинення стеження за новинами інших користувачів у соцмережі *Twitter*, а похідний іменник *unfollower* називає людину, яка «відписується» від нецікавих для неї новин.

Натомість користувачів, які є завсідниками Твітеру, називають *tweethearts* (неологізм, утворений завдяки поєднанню лексем *Twitter* та *sweetheart*). Це може бути однією із причин, чому людина цікавиться своєю власною персоною все більше та частіше додає фото, змінює статуси та іншу інформацію у соцмережі і починає хворіти на нарцисизм: *Facebook narcissism*, *Facebook narcissist*. Крім того, дуже часто такі люди фотографують самі себе й такі знімки мають назву *selfies* (спосіб утворення – суфіксація: *self+ies*). За останні два роки це слово стало настільки популярним та широко вживаним, що його статус «неологізму» практично зовсім знівелювався.

Ще один яскравий приклад самозакоханості втілено у неологізмах *egosurfer* та *to egosurf*, які згадуються у статті української дослідниці К. Г. Трикоз [4]. Перша лексема позначає людину, яка шукає своє ім'я в Інтернеті для того, щоб дізнатися, скільки разів воно згадується та, відповідно, наскільки популярною є ця людина; друга – дії такої людини.

Егоцентризм може проявлятися не лише у саморекламі, а в регулярному публікуванні інформації у соцмережах про життя власної дитини, що отримало назву *sharenting*.

Коли дівчата захоплюються і починають викладати занадто відверті фотографії аби привернути до себе якомога більше уваги, їх називають *Facebook Hoes* (*hoe* – дівчина легкої поведінки), причому друге слово у

словосполученні є похідним від ‘whore’ що означає «повія».

Соцмережі часто стають місцем, де організуються флешмоби та лунають протести: так, організований агресивний протест у Твітері має назву *twitchfork* або *twitchfork mob* (поєднання лексем *Twitter* та *pitchfork* (вила)).

Одним із атрибутів спілкування у соціальних мережах є публікація фотографій, на яких людина сидить зігнута, ніби сова, у дивних місцях – *owling* (від слова *owl* – сова). Це є продовженням однієї з форм сучасного Інтернет-божевілля: *planking*. На фотографіях цього «жанру» можна побачити людину, яка лежить нерухомо лицем донизу із руками, простягнутими уздовж її тіла, що за формою нагадує якусь дошку або планку (англ. *plank*). Більш сучасним варіантом є поєднання обох видів позування, що отримало назву *plowling*. Метою таких фотографій є боротьба за найбільш незвичне місце-фон [4].

Отже, проаналізований матеріал засвідчує інтенсивний процес неологізації сучасної англійської мови. Інтернет є одним із головних чинників впливу на інноваційні мовні процеси. Використання семантичних інновацій у сфері Інтернет комунікації не лише сприяє акцентуванню уваги на проблемах сьогодення, а й поширенню нової форми мовлення серед представників різних професій, забезпечує користувачам швидке оволодіння новим мовним матеріалом. Вважаємо, що процес неологізації як одне з основних джерел збагачення англійської мови потребує перманентного аналізу та оцінки мовознавців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гальперин. И. Р. К проблеме стилистической дифференциации словарного состава современного английского языка / И.Р. Гальперин. – М. : 1953. – 458 с.
2. Заботкіна В. І. Нова лексика сучасної англійської мови / В. І. Заботкіна. – М.: ВШ, 1991. –126 с.

3. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник / Ю. А. Зацний, А. В. Янков. – Вінниця : Нова книга, 2008. – 360 с.

4. Сандига Л. О. Інформаційні технології як джерело формування англомовних неологізмів // [http://philology.knu.ua/files/library/movni\\_i\\_konceptualni/47-2/35.pdf](http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/47-2/35.pdf)

УДК 811.111

*Крива Анастасія, студентка ІІ курсу  
спеціальності «Дизайн»,  
науковий керівник Гришук Г. П.*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ЛЕКСИЧНИХ ТА ГРАМАТИКО-ОРФОГРАФІЧНИХ ВІДМІННОСТЕЙ МІЖ БРИТАНСЬКИМ ТА АМЕРИКАНСЬКИМ ВАРІАНТАМИ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Мова будь-якої країни є частиною її культури. У наш час загальноновизнаною мовою міжнародного спілкування є англійська мова. Нею говорять і пишуть сотні мільйонів людей різних національностей. Це мова сучасного бізнесу, науки, діловодства, інформаційних технологій і, звичайно ж, спілкування. Англійська є найбільш досліджуваною мовою та вже давно привертає увагу багатьох лінгвістів.

Проте в даний час особливого поширення отримав американський варіант англійської мови: у широкому спектрі сфер життя і діяльності людини – в області матеріальної культури, економіки і фінансів, освіти і охорони здоров'я та багатьох інших – американський варіант все ширше поширюється в усьому світі і має тенденцію до витіснення бритацізмів [2, С. 182].

В США, Англії та інших зарубіжних країнах опубліковано чимало

спеціальних монографій, нормативних довідників та лексикографічних посібників, присвячених англійській мові в США та окремим її аспектам. Дослідженню питання варіантології англійської мови і, американського варіанта зокрема, присвячено чимало праць як закордонних науковців (R. Berndt, A. Markwardt, R. Quirk, D. Crystal, R. McDavid, K. Janicki), так і вітчизняних вчених (Г. Б. Антрушина, Т. І. Арбекова, Ю. Зацний, Р. Крицберг, Д. Е. Розенталь, О. Швейцер, Ю. Жлуктенко). Зацікавлення питанням варіативності англійської пояснюється неоднорідністю і складністю її складу, особливостями її функціонування в різних мовних ситуаціях та територіальних ареалах.

Говорячи про співвідношення двох основних, історично базових варіантів англійської мови, британського і американського, А. А. Рівліна зазначає, що протягом досить довгого періоду часу між ними відбувалося наростання відмінностей, в силу соціально-історичних причин. Проте в другій половині ХХ століття у зв'язку з процесом глобалізації настав період розмивання кордонів варіантів, переходів особливостей одного варіанта в інший [4, С. 43].

Зростання впливу американського варіанту англійської мови відзначається і в галузі навчання англійської мови як іноземної. Незважаючи на те, що в сучасній реальності британський і американський варіанти як і раніше є основними в практиці викладання англійської мови, як зазначає З. Г. Прошина, в останні десятиліття відбувається збільшення ролі американського варіанту, особливо в країнах Європи [5, С. 13].

Американський варіант англійської мови є дещо не унормований та не дотримується правил літературної мови. На відміну від британського варіанту американська англійська мова гнучкіша, більш відкрита до змін і легша для сприйняття. Зокрема, тому і отримує більшого поширення у світі. Це мова нового покоління без певної національності та місця проживання, вихованого на масовій культурі.

Предметом нашої науково-дослідницької роботи є визначення

основних лексичних та граматико-орфографічних відмінностей між англійською мовою Британії та Америки.

Метою нашого дослідження є порівняльна характеристика основних лексичних та граматико-орфографічних розбіжностей між британським та американським варіантами англійської мови.

Розбіжності між англійською мовою в Англії та Америці почали відчуватися ще у XVIII ст. Ці розбіжності відмічалися багатьма авторами. Дж. Вітерспун (Witherspoon) запропонував навіть створити академію з метою вдосконалення англійської мови в Америці, спостереження за її розвитком та публікації нових даних. Наприкінці XVIII ст. ним був вперше створений і запроваджений термін *Americanism* (американізми – слова та вирази, вимова та правопис слів, а також граматичні конструкції, що виникали і вживалися в англійській мові на американському ґрунті).

Основу словникового складу становлять слова, спільні у мові на території Англії та США. Слова, які вживаються в США для позначення найпоширеніших предметів, явищ тощо і відрізняються від прийнятих в Англії, але їх кількість досить невелика [6, С. 342].

Чіткі особливості американського варіанту англійської мови можна побачити та проаналізувати в таких сферах як лексика, вимова, орфографія та граматики.

Лексичні особливості американського варіанту англійської мови передбачають наступні відмінності. *American variant and British variant*: Амер. 1st Floor «перший поверх» англ. groundfloor, амер. basement «підвал» англ. cellar, амер. 2st Floor «другий поверх» англ. 1st floor, амер. apartment «квартира» англ. flat, амер. billion «мільярд» англ. milliard, амер. soccer «футбол» англ. football тощо. Доцільно звернути увагу на ті лексичні відмінності, які можуть викликати плутанину в розумінні. Наприклад, subway в США означає «метро», а у Великобританії – «підземний перехід». Також в англійській мові є розходження, викликані зміною значення англійського слова. Прикладами цієї групи слів можуть бути: амер. sick

(хворий) від англ. *sick* (слабкий, кволий), амер. *mad* (сердитий) від англ. *mad* (божевільний, буйний) тощо. До словникового складу англійської мови в США ввійшли слова (напр. *fall, sick*), які в Англії були замінені іншими словами (як *autumn, ill*). Існують також розходження, викликані наявністю відмінних слів для позначення однакових предметів, понять тощо. Слова цього типу (амер. *mail*— англ. *letters* в значенні «листи, пошта») складають досить численну групу: амер. *apartment* від англ. *flat*, амер. *elevator* від англ. *lift*, амер. *automobile* від англ. *car*, амер. *biscuit* від англ. *cake* [7, С. 49].

Варто зазначити, що важливі розходження є і в орфографії. Незначні зміни в американському правописі свідчать про спроби спростити написання деяких сполучень та наблизити його до вимови. Нижче наведено основні зміни, прийняті в американській орфографії: написання *-or* замість *-our* в словах типу: *honor, color* при англ. *honour, colour* тощо; написання *-er* замість *-re* в словах типу: *center, theater* при англ. *centre, theatre* тощо; спрощення подвоєння приголосних: амер. *traveler* англ. *traveller*, амер. *wagon* англ. *waggon*, амер. *councilor* англ. *councillor*, амер. *fagot* англ. *faggot*; заміна букв: *e* на *i* амер. *gasolene* – англ. *gasoline*, амер. *inclose* – англ. *enclose* тощо; *y* на *i* амер. *tire* – англ. *tyre*, амер. *syphon* – англ. *siphon* тощо; *c* на *s* амер. *defense* – англ. *defence*, амер. *pretense* – англ. *pretence* тощо [7, С. 68].

Для співставлення американського та британського варіантів англійської мови особливе значення має визначення характеру відмінностей між цими варіантами в галузі граматики. Хоча ці відмінності і не багаточисленні, однак вони заслуговують найуважливішого вивчення [3, С. 153]. Говорячи про нещодавно минулі події, або при використанні слів *already, just і yet*, британський варіант англійської мови вимагає Present Perfect Tense. Щодо американського варіанту англійської мови, то в цих випадках переважно використовують Past Indefinite Tense, хоча обидва варіанти в американському різновид англійської вважаються правильними. "I've just arrived home." / "I just arrived home." "I've already eaten." / "I

already ate." "Я тільки що приїхав додому." / "Я щойно прибув додому." "Я вже поїв." / "Я вже поїв." Позначення простого майбутнього часу в першій особі словом shall (I shall) практично зникло з американської англійської. Використання форми be going to для простого майбутнього (I'm going to see a doctor замість I will see a doctor). Я збираюся звернутися до лікаря замість я буду звертатися до лікаря) приблизно в два рази поширеніший в американському, ніж у британському варіанті англійської мови. Щодо неправильних дієслів, то в американському варіанті англійської мови вони переходять у регулярну дієвідміну: англ. spelt – амер. spelled. Вживання умовного способу може бути наступним: англ. If I were you – амер. If I was you тощо [6, С. 13].

Отже, проаналізувавши літературу та наукові джерела можна дійти висновку, що поява американського варіанту англійської мови – це результат тривалого процесу, який протікав паралельно і незалежно від розвитку людей, які влаштувалися на новому місці для того, щоб вести новий спосіб життя.

У роботі були розглянуті відмінності між британським і американським варіантами англійської мови. Порівняльний аналіз британського та американського варіантів англійської мови показав, що існує ряд відмінностей між двома різновидами однієї мови. Для американського варіанту англійської мови характерне спрощене написання (наприклад, усунення надлишкових знаків, приклад усунення винятків із правил, вживання менш поширених графічних варіантів слів більш поширеними). Але в той же час, всі дані процеси здійснюються на матеріалі саме англійської мови. Мета нашої науково – дослідницької роботи була досягнута за допомогою виявлення та порівняння характерних відмінностей британського та американського варіантів мови на прикладі лексики, орфографії та граматики.



### Список використаних джерел:

1. Антрушіна Г.Б., Афанасьєва О.В., Морозова Н. Н. Лексикологія англійської мови. - М.: Вища школа, 1999. – 129 с.
2. Аракин В.Д. История английского языка. – М.: Просвещение, 1985. – 254 с.
3. Бабенко А.П., Христенко Е.В. Американский вариант английского языка. – Харьков: Рубикон, 1991. – 256 с.
4. Євдокимов М.С., Шлеев Г. М. Короткий довідник американо-британських відповідностей. – М., 2000. – 96 с.
5. Зацный Ю.А. Особенности влияния американского варианта на британский на лексико-семантическом уровне. Автореф. канд. филол. наук. – К., 1975. – 56 с.
6. Костюченко Ю.П. Історія англійської мови. (елементарний курс, видання друку виправлене і доповнене) – К., 1963. – 422 с.
7. Janick Karol, Elements of British and American English. – 3 Wyd. – Warszawa: Panswowe Wydawnisto Naukowe, 1977. – 138 p.

УДК 811.111

*Насінник Аліна, студентка III курсу спеціальності «Перукарське мистецтво», науковий керівник к.геогр.наук Вітко Л.Я.*

## **ПРОФЕСІЯ ПЕРУКАРЯ В УКРАЇНІ ТА АНГЛОМОВНИХ КРАЇНАХ (НА ПРИКЛАДІ АНГЛІЇ)**

Майстер перукарського мистецтва — це глобальна професія. Жодна людина не може обійтися без хорошого майстра. Адже часом від зачіски залежить не лише настрої, але і багатозначні події в житті. Тому професіонали в цій сфері — на вагу золота. Одна з переваг професії перукаря в тому, що клієнт завжди готовий платити за якість Вашої роботи.

До того ж, клієнти є завжди. Адже всі люди стрижуться — і при тому регулярно — незалежно від віку, статусу і розміру заробітної плати. Через те, мало не щодня в різних районах міста відкриваються нові перукарні, салони краси і студії стилю. А це означає: нові робочі місця і величезний попит на ринку праці. Навіть якщо Ви не плануєте присвятити перукарському мистецтву все своє життя, додатковий заробіток у Вас буде завжди. У цій професії - велика відповідальність. Волосся - це не шматок тканини (якщо не вийшло, пішов і купив новий), якщо вже відрізав - назад не повернеш, тому потрібно розуміти, чого саме хоче твій клієнт, і бути готовим до того, що не всі можуть пояснити, чого ж вони все-таки хочуть. Це стосується не тільки стрижок, а і фарбувань. Із зачісками трохи легше: можна помити голову і починати робити наново. Але спробуйте-но догодити вже незадоволеному клієнту. Це можливо - але зробити досить важко[1].

Прихід перукарства у Англію був у 1450 році, коли перукар займався не лише доглядом волосся, а й хірургією. Перукарі об'єднувались у групи перукарів-хірургів та під натиском медицини та за законами Англії в наступні роки професію перукаря обмежують лише доглядом за волоссям, а точніше за перуками, які було дуже популярні серед чоловіків 17-го століття, для жінок велике відкриття зачісок влаштувала Марія Стюарт, започаткувавши високі у другій половині 20 ст., перукарі більше приділяють чоловічій зачісці, адже жінки починають носити головні убори. З'являються перукарні окремо для чоловіків та окремо для жінок, та через короткий час змішані зали перукарень. Натомість в Україну перукарями переважно були майстри-кріпаки, яких віддавали на навчання іноземцям. У Росії вони називалися цирульниками, або ж «тупейними художниками». У 1767 р. цирульники створили власний цех. Київському цеху цирульників магістрат доручив утримувати міську артилерію. Цех мав свою атрибутику і символіку [2; С.20]. На початку ХХ ст. в Україні значно розвинулося перукарська справа. Збільшилася кількість перукарень

і майстрів. Звичайним явищем стало розміщення кількох перукарень одна біля одної. У великих містах перукарі об'єдналися в спілки — артїлі. У Києві на пл. Льва Толстого зберігся будинок в якому з 1902 р. до середини 90-х років ХХ ст. розміщувалася найстаріша перукарня міста. Професія перукар з кожним роком в Україні починає набирати оберти. Все більше нових перукарень, університетів та курсів по перукарству відкривається та започатковує якісь свої нові методи та Англія нас випереджує в цьому плані. Тут знаходяться не тільки спілки перукарів, а й присвячені цілі телевізійні шоу та перукарські фестивалі які допомагають набратись досвіду та знайти якісь нові технології для себе. Що до технологічних новинок у перукарстві Англія і Україна майже «йдуть нога в ногу». Єдине у чому вони різняться це те, що англійці віддаються великій тенденція до органічних продуктів. Наприклад, багато органічних ліній пропонують шампуні на сульфатах та інших продуктах для людей з пошкодженим, сухим волоссям. У нас в Україні поки що більше звертаються до препаратів на хімічних основах. А щодо новинок у перукарській майстерності, то і Україна, і Англія, звертаються за новинками до будинків трендових агентств, які працюють на два роки раніше, щоб передбачити найбільш популярні форми і гарячі відтінки які будуть в майбутніх сезонах [4].

Робочий день перукаря українця 8-12 годин. Весь цей час перукар проводить на ногах, та ще й у приміщенні, де працюють з фарбою, включеними фенами та ножицями в руках. Перукарі українці - найчастіші клієнти медичних центрів, що займаються лікуванням хребта, вен і артрозу. Звичайно, багатьох з них можна уникнути, дотримуючись певних норм та гігієни праці, але фактор ризику високий. Перукарі англійці розпочинають робочий день, в основному, з дев'яти до шести. Більшість салонів не так зайняті по понеділках або вівторках, але більшість клієнтів збільшується в середу, четвер, п'ятницю і в суботу найбільш відвідувані дні. Перукар повинен приходити за 45 хвилин до приходу першого клієнту, щоб

підготувати інструменти [4]. Велике значення має обідня перерва, чим більша кількість клієнтів тим частіша перерва для відпочинку. Важливим фактором і «візитною карткою» кожного перукаря є зовнішній вигляд. І в Англії і Україні робиться акцент на охайність. Одяг перш за все, повинен бути зручним в роботі, практичним, відповідати вимогам та умовам процесу обслуговування клієнтів. Важливим елементом естетики одягу є його колір, який повинен бути спокійним, не відволікати увагу відвідувачів від процесу стрижки. Майстри часто доповнюють одяг якими-небудь прикрасами: сережками, браслетами, кільцями, намистами. Це, звичайно, підсилює естетичне враження від одягу, але при цьому необхідно дотримуватися почуття міри.

Важливою естетичною вимогою до форми одягу є його відповідність взуття. Взуття та костюм повинні поєднуватися за кольором, сезоном і стилем. Взуття має бути зручним, не на високому ході і не на низькому. Приміром, одягнений зі смаком майстер, що вміє правильно говорити і тримати себе, завжди має в своєму розпорядженні до себе клієнтів. Єдиною відмінністю між країнами служить вигляд перукарського фартушка. В Англії використовують фартушки довгої довжини (нище коліна). В Україні ці фартушки коротші, що не є дуже практичним адже фарба для волосся може легко зафарбувати ваші улюблені штани.

Також у науковій роботі буде висвітлена тема попиту професії перукаря. В Англії професія перукаря набуває популярності у зв'язку з розширенням напрямків професійної діяльності салонів краси, моди, модельного, шоу-бізнесу, реклами. Також в Англії попит на цю професію через велику кількість свят та через те що англійські жінки і чоловіки. В Україні останніх 2 роки попит на професію значно зменшився через політичні дискусії та військовий стан в країні. Здавалось б професія яка не має жодного відношення до політичних заворушень, але яка також страждає при нестабільному стані країні. Через воєнний стан багато людей

відмовляться від святкувань та забувають про догляд за собою. Проте усі ми разом надіємось на краще та віримо у мир у майбутньому [1].

Щодо найважливішого - заробітної плати. То в Україні у більшості випадків - це відсотки, але є і такі салони, де платять ставку плюс відсотки. Сказати про розмір з/п практично неможливо, все залежить від того, скільки ти працюєш, які у тебе каси. В Англії із заробітною платою значно кращі справи-мінімальна зарплата перукаря широкого профілю, що починає, - \$200-300, перукар з досвідом роботи від двох років, що виконує стрижки, укладання, фарбування, може сміливо розраховувати в середньому від \$400 до 1000, досвідчені перукарі-стилісти, що виконують креативні стрижки, в модних салонах заробляють до 2000\$ [3].

Багатьох цікавить питання, перукарями народжуються або стають, думаю, що відповідь такий: люди із творчим мисленням можуть бути гарними майстрами – перукарями, головне бажання. Якщо людина зацікавлена справою й відчуває задоволення від своєї роботи, то він зможе стати першокласним фахівцем! А професійне утворення допоможе систематизувати свої творчі інтереси й направити їх у русло улюбленої професії. Тому що гарний перукар – той, хто любить свою справу. У процесі спілкування клієнта й перукаря, клієнт відчуває, наскільки майстер досвідчений, утворений і наскільки він задоволений своєю роботою. Самі успішні перукарі – ті, які люблять свою роботу й передають це відчуття своїм клієнтам. Тому в роботі перукаря крім професійного утворення й досвіду, важливе вміння спілкуватися з людьми, в ідеалі знати психологію людей. Найчастіше до перукаря приходять не для зміни зовнішнього іміджу, а для зміни внутрішнього стану. Адже не зовнішній образ змушує нас іти в перукарню, а те внутрішнє відчуття, що ми випробовуємо дивлячись на зовнішній образ. Робота перукарем- це не просто творча і цікава професія, але ще й одна з найбільш затребуваних. В будь-якій країні світу, навіть не знаючи мови, будь-перукар з досвідом може дуже добре заробляти, не звертаючи на фінансові кризи. Досить прибутковою справою

вважається перукарський бізнес. Але перш ніж відкривати свою перукарню, добре б скласти бізнес-план. За цим можна звернутися до фахівців, які допоможуть в самі найкоротші терміни створити свій бізнес і правильно зайнятися його просуванням [1]. Перед Англією і Україною відкрито багато нових перспектив до яких обом потрібно рости. Також у висновку буде вказано перспективи професії в Україні та Англії. Звичайно зрозуміло, що перукар англієць має набагато більше перспектив у своїй професії ніж перукар українець, але це ніяк не означає що перед нами закриті всі двері, вивчаючи мову і вдосконалюючи себе ми можемо також працювати в Англії. Думаю було б не погано як б навчальні заклади давали можливість студентам побачити свою професію за межами нашої країни та справді її порівняти та зробити якісь висновки. Проте не забувайте все у наших руках і тільки ми самі будемо своє життя, самі обираємо життєву дорогу. Ми можемо жити чесно й правдиво, терпляче долаючи всі труднощі й негаразди, щоб дійти до своєї мети.

#### **Список використаних джерел:**

1. Форум молодих перукарів  
<http://www.mlu.org.ua/cms/content/view/116/488/>
2. Стрейт Р. Історія Англійських цирульників.
3. Статистика заробітної плати України та Англії за 2014р.
4. <http://www.bcsd.org.ua/index.php/tsiklovi-komisiji/perukarske-mistetstvo>

*Орищак Анастасія, студентка III курсу  
спеціальності «Обслуговування програмних систем та комплексів»,  
науковий керівник Залюбовська Л.В.*

## **ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'Я**

Прислів'я - це популярні короткі вислови зі словами поради або застороги. Прислів'я - короткі та легкі для запам'ятовування формулювання, що ґрунтуються на досвіді, накопиченому багатьма поколіннями людей. Прислів'я легко запам'ятовуються тому, що для них характерні алітерація і рима, однотипний синтаксис і образне вживання слів.

Саме тому прислів'я можуть служити дуже хорошими прикладами, щоб проілюструвати різноманітні правила граматики. Це спричиняє актуальність граматичного аналізу прислів'їв.

Мета роботи - дослідження граматичних особливостей англійських прислів'їв.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання:

- вивчити існуючу лінгвістичну літературу, у якій досліджуються прислів'я і приказки;
- проаналізувати англійські прислів'я з морфологічної точки зору;
- проаналізувати синтаксичну структуру прислів'їв;
- визначити прислів'я, які можуть бути використані найбільш ефективно як ілюстративний матеріал для кращого вивчення деяких правил граматики.

Як правило, прислів'я досліджуються з лексичної точки зору, їх граматичним особливостям не надається достатня увага, тому аналіз прислів'їв з граматичної точки зору можна розглядати як певною мірою новизну нашого дослідження.

**Теоретична значущість** роботи полягає у вивченні і систематизації

наявного лінгвістичного матеріалу, що стосується англійських прислів'їв і приказок: їхнє визначення, їхні форми і функції у мові. **Практична значущість** наукової роботи полягає в тому, що її матеріали можуть бути використані студентами, які цікавляться англійською мовою і хочуть покращити свої знання з граматики.

Проаналізовано різноманітні лінгвістичні тлумачення прислів'їв такими видатними ученими як Н. Н. Амосова, Г. В. Антрушина, А. В. Кунін, Л. М. Медведєва, а також деяку інформацію з Інтернету.

Н. Н. Амосова детально аналізує спільні особливості прислів'їв і сталих виразів. Н. Н. Амосова стверджує, що прислів'я є автономними і самодостатніми як за структурою, так і за змістом. В цей же час науковець доводить, що прислів'я не можуть бути визнані ні як «лексичні одиниці», як це робить І. В. Арнольд, ні як «еквіваленти лексичних одиниць».

В розумінні А.В. Арнольда прислів'я – «короткий звичний афоризм, який виражає широковідому мудрість, істину чи моральний урок коротким і образним способом» [3, С. 149]. І.В. Арнольд також доводить, що прислів'я мають багато спільного із сталими виразами.

Г.В. Антрушина, так як і Н.Н. Амосова, вважає, що прислів'я відрізняються від фразеологічних одиниць. Перша відмінна риса, яка зустрічається - очевидна структурна відмінність.

Професор А.В. Кунін включає прислів'я в свою класифікацію фразеологізмів як «комунікативні фразеологічні одиниці» [2, С. 236]. З його точки зору один з головних критеріїв фразеологізмів - це їх стабільність.

Л. М. Медведєва вважає, що прислів'я є дуже хорошим ілюстративним матеріалом правил граматики. Автор стверджує, що з граматичної точки зору вирази типу прислів'їв є незалежними.

В практичній частині роботи проаналізовано англійські прислів'я з морфологічної і синтаксичної точок зору.

У прислів'ях ми можемо використовувати: іменник; прикметник,



більшість мають ступені порівняння: вищий та найвищий; займенник, додаток і означення; числівник: кількісний та порядковий; прислівник, що функціонує як обставина; дієслово. Також у прислів'ях широко використовуються модальні дієслова.

Вивчивши теоретичну літературу, у якій розглядаються прислів'я, можна стверджувати, що прислів'я - це популярні короткі вислови, які представляють великий інтерес з лінгвістичної точки зору.

В дослідженні проаналізовано граматичні особливості прислів'їв і зроблено такі висновки:

- прислів'я - дуже яскравий приклад невичерпної різноманітності та багатства англійської мови;

- вони є абсолютно незалежними мовними одиницями з граматичної точки зору ;

- із синтаксичної точки зору вони, здебільшого, бувають простими(одночленні або двочленними) або рідше складеними чи складнопідрядними;

- порядок слів, як правило, прямий (непрямий порядок слів не було знайдено);

- такі часові форми як теперішній, майбутній та минулий неозначений використовуються найчастіше; часи Continuous (теперішній, минулий, майбутній), Perfect (тільки минулий та теперішній) не є так часто вживані.

- пасивний стан виявлено тільки у випадку вживання часів Indefinite;

- прислів'я можуть служити хорошими прикладами у різних синтаксичних функціях.

Таким чином можна стверджувати, що будучи легко запам'ятовуваними виразами, які виражають загальновідому мудрість, прислів'я можуть служити дуже хорошим яскравим ілюстративним матеріалом тих граматичних моделей, які найчастіше вживаються.

### Список використаних джерел:

- 1.Амосова Н. Основы английской фразеологии. - Л.: Издательство Ленинградского университета. 1963. - 208 с.
- 2.Антрушина Г., Афанасьева О., Морозова Н. Лексикология Английского языка. English Lexicology. - М.: Дрофа, 2001. - 288 с.
- 3.Арнольд И. Лексикология современного английского языка. - М.: „Высшая школа», 1986. - 296 с.

УДК 81 373. 7(802. 0)(808. 3)

*Табака Соломія, студентка II курсу  
спеціальності «Фінанси і кредит»  
науковий керівник Ятчук М.А.*

## **ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ТВАРИН У НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ**

Невід’ємною складовою фразеологізмів на позначення тварин в українській та німецькій мові є зоосемізми.

Зоосемізми, як окремі лексичні одиниці і як компоненти стійких словосполучень, широко представлені у всіх мовах світу й відносяться до одних із найдавніших і поширеніших. Вивчення найменування тварин (фаунізмів, анімалізмів, зоосемізмів, зоонімів) у сучасній лінгвістиці відбувається в найрізноманітніших аспектах, у тому числі в переносному значенні у роботах Є.А. Гутман, М.І. Черемісіної, А.І. Богуцької, І.В. Холманських, А.А. Кипріянової, Л.С. Войтик, О.А. Рижкіної та інших.

У своїх дослідженнях вчені розглядають образний потенціал зооморфізмів, їх системну організацію, семантико-типологічну характеристику та виявляють національну специфіку зооморфних найменувань. Існує декілька підходів щодо опису, термінології, семантичної структури слів, що називають тварин. Для прямого значення назв тварин слугують такі терміни, як «зооніми», «зоосемізми».

А.А. Кипріянова пропонує термін *зоосемізм*. На її думку, зоосемія – це «надсукупність, яка функціонує в мовах і об'єднує найбільш близькі родовидові сукупності» [4, С. 9]. Багато робіт відомих лінгвістів В.В. Виноградова, О.А. Ахманової, В.Г. Гак, Н.Д. Арутюнової, Є.С. Азнаурової, В.І. Телія, Д.О. Добровольського та багатьох інших присвячено дослідженню семантичних, словоутворюючих й прагматичних можливостей зоосемізмів та їх похідних, серед яких особлива увага приділяється фразеологізмам із компонентом «зоонім». Це пояснюється тим, що зоосемізми, як окремі лексичні одиниці, а також як компонент стійких словосполучень (виразів), широко представлені у всіх мовах світу. Анімалізми як об'єкт дослідження, підкорюючись нормам мови, утворюють свої закономірності, що вимагають спеціального вивчення.

З огляду на поширеність і певну універсальність зоохімічної лексики в мовах світу, дослідження в цій галузі нерідко свідчать про частковий або обмежений характер.

Мета дослідження полягає у виявленні загальних рис та розбіжностей у оформленні прямих та переносних значень зоосемізмів у двох зіставлених мовах.

Відповідно до зазначеної мети, завданням даного дослідження є з'ясування спільних та відмінних конотативних мотивацій, які закріпилися у німецькій та українській мовах по відношенню до найменувань тварин.

Відомо, що мова відображає не лише актуальний стан культурного розвитку соціуму, а й забезпечує збереження культурних набутків минулих поколінь, а також виступає інструментом створення духовного і матеріального розвитку національної спільноти. В. фон Гумбольдт та Я. Грім наголошували, що мова невід'ємно пов'язана з культурою народу, адже мова вербалізує культурні концепти і є, таким чином, передумовою її виникнення. За концепцією В. фон Гумбольдта, залежність мови від мислення зумовлює концептуальні інтерпретації дійсності людиною й формує картину світу, тобто внутрішню форму мови, яка історично

склалася в буденній свідомості представників окремого мовного суспільства та відображає всю сукупність понять про світ й виступає як певний спосіб концептуалізації дійсності [2, С. 256 ].

Завдяки концепції В. фон Гумбольдта, пріоритетним напрямом сучасної лінгвістики стало дослідження культурних особливостей у мовній картині світу, де кожна мова відображає певний спосіб світосприйняття, що є обов'язковим для всіх носіїв мови. Процес визначення та найменування предметів дійсності подібний до акту творення.

Елементом мовної картину світу можна вважати окреме ключове слово, що входить до ядра лексичної системи мови в сукупності з його асоціативними зв'язками.

Відомо, що в мові закріплюються й фразеологізуються саме ті образні висловлення, які асоціюються з культурно-національними еталонами, стереотипами, що при вживанні в мовленні відтворюють характерний для тієї чи іншої лінгво-культурної спільноти менталітет. У зоолексиці найяскравіше виражаються особливості осмислення позамовної реальності. Це свідчить про індивідуальності образного мислення конкретного народу й про відмінності в ціннісній картині світу різних етносів, що є частиною складних асоціативно-психологічних процесів.

Фауна, як екстралінгвістична база лексикологічного аналізу, знаходить, таким чином, своє специфічне відображення в мові, формуючи її лексичну підсистему, всередині якої виникають свої закономірності, що вимагають спеціального опису в різних соціальних конотаціях слів й сталих виразів у різних мовних культурах. Національна культурна специфіка залежить від того, які уявлення носій мови має про тварину в проекції на людину, які фрагменти її досвіду були лексично зафіксовані, а також у якій мірі представлені ці фрагменти у тій чи іншій мові у вигляді цілісних пріоритетів, образів, символів (асоціації та конотації).

Багатозначністю та фразеологічною активністю в мовах вирізняються назви тих тварин, з якими людина має найтісніші контакти, а саме домашні

улюбленці (*собака, kim, Hund, Katze*), свійські тварини (*свиня, віл, кінь, Schwein, Ochse, Pferd*) тощо.

Так, у німецькій мові така риса характеру як тупість асоціюється з віслюком: *Ochse* (віл): *dumm wie ein Ochse* - дурний як пень; *stur wie ein Ochse* – впертий як осел; *den Ochsen beim Horn (bei den Hörnern) fassen (packen)* – ухопити вола за роги, *Ochsen muss man schön aus dem Wege gehen* – з дурним зчепитися – дурнем зробитися тощо.

Фразеологія, за словами Л. Й. Ройзензона, є найбільш самобутнім і складним явищем із усіх творінь мовного генія, людини [6, С. 116]. Вона більшою мірою, ніж інші пласти мовних одиниць, відображає довготривалий процес розвитку народу, своєрідність його світосприйняття через призму мови та національної культури; фіксує та передає від покоління до покоління культурні настанови та стереотипи, кодує культурну інформацію та акумулює знання як про саму людину, її відношення до навколишнього світу, так і про сам навколишній світ. Відображення природи, зокрема її тваринного світу, у фразеологічних образах пов'язане з традицією ще дохристиянських часів, коли людина вважала себе частиною природи, а саму природу персоніфікувала, наділила представників рослинного і тваринного світу рисами, притаманними людині. Так, впродовж років у свідомості різних культур і народів сформувались свої стереотипи і уявлення про представників фауни [3, С. 96-97]. Звідси і фразеологічні одиниці, до складу яких входять назви тварин, що відображують певні людські риси – чи то працьовитість, чи то вірність, лінощі, хитрість.

Сучасні німецькі та українські зоосемізми, в яких людині приписуються зовнішня подібність, характер або поведінка тварини, вказують на особливості прадавнього міфічного мислення й тотемних уявлень (антропоцентризм). Він є «людським фактором» мовної картини світу (В.М. Алпатов, Ю.Д. Апресян, Б.О. Серебреніков), де мова фіксує інформацію, значущу для людини.

Зооморфізми можуть зустрічатися у вигляді окремих лексем: *Ochse*, так і в якості компонента зоофразеологічних одиниць, напр., *die Katze im Sack kaufen; melkende Kuh, Hundemüde*.

У німецькій мові поряд із стійкими словосполученнями існують багато приказок та прислів'їв із зоокомпонентом, які є результатом спостережень за об'єктивною реальністю культури німецького народу. Наприклад: *begossene Hunde fürchten das Wasser* – присл. битому собаці й кия не показуй; *Hunde, die viel bellen, beißen nicht* – бійся не того, хто гавка, а того, що ластиться, котрий собака багато бреше – мало кусає. Фразеологізм із зоонімом *Hund* притаманна негативна конотація збідності, злиднів: *auf dem Hund sein* – терпіти нестатки, бідувати; *auf den Hund bringen* – розорити, довести до занепаду кого-небудь, що-небудь; *auf den Hund kommen* – занепасти.

У сучасній німецькій мові наявна значна кількість зооморфізмів із компаративним значенням: *leben wie Hund und Katze* жити як кішка з собакою; *er schüttet's ab wie der Hund den Regen* – йому як із гуски вода; *wie ein toter Hund zum Bellen* – з нього толку, як із козла молока [6, С. 353]. Цей фразеологізм цікавий тим, що перекладається на українську мову з іншим зоосемізмом, що вказує на відмінність понятійних систем зіставлених мов.

В українській мові за допомогою зоосемізму *собака* виражаються, протиставляються різні прикмети, риси, почуття (людські), ознаки тощо. Наприклад, *зла людина* протиставляється *доброму собаці*: *На злого чоловіка і собака бреше*. Передусім зоосемізм *собака* в українських казках є насамперед символом злості, брехні й пліткарства, внаслідок чого утворилося прислів'я *Люди – собаки, чого не набрешуть*. Проте в українських прислів'ях цей зоосемізм має ширшу символіку, зокрема є символом: вірності – *вірний як собака, іти як собака на посвист, собача відданість, дивитися собачими очима*; багатства – *багатий як пес кудлатий, хто волохатий, той буде багатий; хитроців, улесливості (облесливий, як собака)*; фізичного стану людини – *змерз як собака*,

*голодний як собака*); розумових здібностей людини – *великий як ломака, а дурний як собака тощо*. Однак, багато ідіом німецької та української мов мають чітко виражений негативний відтінок оцінки. Так, про некрасиву, потворну людину у говірках зазначено: *аж собаки гавкають, була у собаки хата* – кажуть хвастуніві, або іронічне зауваження з приводу хвастання тим, що в кого-небудь було колись. В українській етнокультурі побутує стійке уявлення про собаку як нечисту тварину – *(любити) як собака печену цибулю*, оскільки в багатьох міфологічних традиціях цибуля й часник розглядаються як обереги від нечистої сили.

Усі зоосемізми мають антропоцентричне спрямування, тобто описують людину за характером діяльності, емоціями, почуттями, психологічними станами, соціальним становищем, розумовими здібностями, стосунками, характером та зовнішністю. Усі ці ФО з зоокомпонентом відображають різні аспекти поняття «ЛЮДИНА» і відбивають культурні, соціальні, процеси даної нації (соціуму).

Специфіка вживання зоосемізмів для характеристики людини свідчить про те, що мовна картина світу з її об'єктивністю та цілісністю є інтерпретацією відображення світу для кожного носія мови. Наявність спільних та відмінних рис у структурах фразеологізмів, характер і змістова спрямованість асоціацій зумовлені не властивостями тварин, а їх «життям» у національному фольклорно-міфологічному та літературному контекстах кожного народу, особливістю його світосприйняття, а також схожістю соціально-історичних умов життя та загальними закономірностями розвитку людського буття.

Таким чином, аналіз фразеологізмів у відповідних зоосемізмах у німецькій та українській мовах вказує на цікаву перспективу вивчення багатозначних зоонімів, тобто подальше їх дослідження в зіставному аспекті в інших мовах .

### Список використаних джерел:

1. Автономов Я. Символика растений в великоруських песнях // Журнал министерства народного просвещения. – СПб, 1902. – №4.344. – Ноябрь-декабрь. – С. 263-291
2. Гумбольдт В. фон. Изб. Труды по языкознанию. М.: Прогресс. – 2000. – 397 с.
3. Денисенко С. Н. Хлівний В. А. Національно-культурна своєрідність фразеологізмів з погляду взаємозв'язку мови і культури. // Язык и культура. Вторая международная конференция. Доклады. / Сост. С. Б. Бураго. –К. : Коллегиум, 1993. – С. 96-97.
4. Киприянова А.А. Функциональные особенности зооморфизмов (на материале фразеологии и паремиологии русского, английского, французского и новогреческого языков) : автореферат на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.17 / А.А. Киприянова. – Краснодар, 1999. – 23 с.
5. Кудіна О.Ф., Пророченко О.П. Перлини народної мудрості : Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів. – Вінниця : Нова книга, 2005. – 320 с.
6. Німецько-український фразеологічний словник : У 2 т. / Уклад.: В.І. Гаврись, О.П. Пророченко. – К. : Рад. шк., 1981. – Т.1: А-К. – 416 с., Т.2: L-Z. – 382 с.



*Федорчук Людмила, студентка I курсу  
спеціальності «Туристичне обслуговування»,  
науковий керівник Баб'юк О. В.*

## **ГРАМАТИЧНІ ТА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

У даній науковій роботі нами досліджено граматичні і лексико-семантичні засоби вираження ввічливості. Головна увага приділена аналізу граматичних та лексико-семантичних засобів, тактик вербалізації ввічливості в сучасній англійській мові. Робота поглиблює і систематизує знання про категорію ввічливості як критичний елемент людської комунікації, досліджує граматичні і лексико-семантичні засоби, використані для його реалізації в мові.

Дана наукова робота присвячена вивченню засобів вираження категорії ввічливості в сучасній англійській мові.

Мета дослідження полягає у аналізі граматичних та лексико-семантичних засобів, тактик вербалізації ввічливості, що використовуються для реалізації категорії ввічливості у певних мовних актах у процесі комунікації, а також у виявленні факторів, що впливають на вибір даних мовних засобів.

Відповідно до вищевикладеної мети були поставлені наступні завдання:

- окреслити поняття «ввічливість»;
- визначити набір і розглянути специфіку граматичних та лексико-семантичних засобів вираження категорії ввічливості в англійській мові;
- виявити специфіку форм вираження категорії ввічливості як маркерів комунікативної культури.

**Об'єктом** дослідження є категорія ввічливості та її реалізація в

сучасній англійській мові.

**Предметом** виступає дослідження основних граматичних та лексико-семантичних засобів вираження категорії ввічливості, що використовуються комунікантами для реалізації своїх комунікативних цілей у ряді ситуацій повсякденного спілкування; мовленнєвих стратегій, тактик, за допомогою яких реалізується ввічливість в англійській мові.

**Практична цінність** роботи полягає в тому, що матеріали й основні результати дослідження можуть бути використані у навчальному процесі на практичних заняттях з англійської мови, курсах сучасної англійської мови, культури мовного спілкування, для розробки курсів міжособистісної комунікації.

Дане дослідження поглиблює й систематизує знання про категорію ввічливості як найважливішого елемента людського спілкування, розглядає граматичні та лексико-семантичні засоби, що служать для її реалізації в мовленні.

Ввічливість – універсальна комунікативна категорія, яка являє собою складну систему національно-специфічних стратегій, направлених на гармонійне, безконфліктне спілкування, і які відповідають очікуванням партнера; це дотримання оптимального балансу, рівноваги між дистантністю і близькістю, між формальністю та фамільярністю: і цей баланс є ситуативно і культурно варіативним.

До лексичних засобів вираження ввічливості входять лексичні одиниці, які утворюють мовленнєві форми вдячності і вибачення, прислівники, іменники і частки-інтенсифікатори, форми звертання, вигук *please*, сполучник *but*, одиниці *you know*, *you see*.

Провідна роль слова в системі мовних засобів визначає його місце в стилістиці мови: слово є основною стилістичною одиницею. Лексична стилістика вивчає співвідносні лексичні засоби мови, даючи оцінку використанню слова в конкретній мовній ситуації і виробляючи рекомендації нормативного слововживання в різних функціональних

стилях.

На рівні граматики використовуються повні, закінчені пропозиції, правильної граматичної форми. Схеми ввічливості реалізуються за рахунок граматичної форми умовного способу, питальних і заперечних конструкцій, а також модальних дієслів. В англійській мові це найчастіше умовний спосіб і модальні дієслова. До граматичних засобів вираження ввічливості входять ряд часових форм, форми умовного способу, деякі типи пасивних форм дієслова, деякі умовні речення, одиниці модусу типу I think, I suppose, I hope, I wonder, I'm afraid, деякі типи питальних речень.

Таким чином, ввічливість реалізується за допомогою набору певних лексичних, граматичних засобів та спрямована на досягнення позитивного комунікативного ефекту між співрозмовниками. Ми зазначили особливості цієї категорії і здійснили спробу розглянути теоретичні матеріали про гендерний аспект у вивченні ввічливості. І дійшли висновку, що гендерний аспект вивчення категорії ввічливості безперечно відіграє велику роль при визначенні критеріїв оцінки акту комунікації як ввічливого або неввічливого, а також різкий розподіл між так званими “жіночою” та “чоловічою” мовами поступово зникає. Визначені відмінності все ще зберігаються, але в той же час з'являються все нові дотримання норм ввічливості чоловіками та жінками. Гендерний аспект вивчення категорії ввічливості безперечно відіграє велику роль при визначенні критеріїв оцінки акту комунікації як ввічливого або неввічливого. Різкий розподіл між так званими “жіночою” та “чоловічою” мовами поступово зникає. Визначені відмінності зберігаються, і в той же час з'являються все нові дотримання норм ввічливості чоловіками та жінками.

Також нами було проведено опитування студентів, які вивчають англійську мову, запропоновано їм вибрати варіант відповіді та перекласти речення.

### Список використаних джерел:

1. Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики: Словник. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – 416 с.
2. Безноса А. П. Граматичні індикатори вираження ввічливості (з історії вивчення питання) / П. А. Безноса // Лінгвістичні студії. – 2008. – N17. – С. 176-180.
3. Ларіна Т. В. Концепт «Ввічливість» в комунікативному свідомості англійців [Текст] / Т.В. Ларина // Człowiek Swiadomosc Komunikacja Internet.- Warszawa, 2004. - С. 284-293.
4. Словник української мови / І. К. Білодід – К.: Наук. думка, 2000. – Т. I XI.
5. Карасик В. І. Культурні доміанти в мові [Текст] / В. І. Карасик // Мовна особистість: Культурні концепти.- Волгоград, Архангельськ, 2002. - С. 3-16.
6. Гудков, Д. Теорія і практика міжкультурної комунікації [Текст] / Гудков Д. М. - М.: Наука, 2003. - 90 с.
7. Биковська, С. А. Засоби встановлення мовного контакту в сучасній німецькій мові [Текст] / С.А. Биковська // Актуальні проблеми германського і загального мовознавства. – Тамбов. – Москва: Академія, 2001. – С. 49 - 57.
8. Формановская Н. І. Мовний етикет і культура спілкування [Текст] / Н.І. Формановская.– М.: ЕКСМО, 1989. - 150 с.
9. Граматичні та лексико-семантичні засоби вираження ввічливості в сучасній англійській мові [Електронний ресурс]: Студентський портал - UaStudent.com - Режим доступу : <http://uastudent.com/gramatychni-ta-leksyko-semantychni-zasoby-vyrazhennja-vvichlyvosti-v-suchastnij-anglijskij-movi/>
10. Григоренко І. В. Принцип ввічливості у сучасному англійському дискурсі. Позитивна та негативна ввічливість [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [www.weblancer.net/download/portfolio/521113/521113.doc](http://www.weblancer.net/download/portfolio/521113/521113.doc) - Заголовок з екрану.

УДК 004.9

*Балігородська Ірина, Балігородська Тетяна,  
студентки III курсу спеціальності «Туристичне обслуговування»,  
науковий керівник Сиротюк О. Б.*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Сучасний світ перейшов на новий етап життя, де головну роль виконує інформація. Це стало причиною глобального переходу від індустріального суспільства до інформаційного. Поява всесвітньої мережі Інтернет спричинила масштабне зростання міжнародних відносин у різних сферах людського життя, винятком не став туризм.

Для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік правдивої і своєчасної інформації для прийняття важливих управлінських рішень з метою досягнення очікуваного кінцевого результату – отримання прибутку. У зв'язку з тим, що інформацією учасники туристського ринку обмінюються протягом дня, виникає необхідність у вмінні збирати, опрацьовувати її. Тому розвиток інформаційних технологій (ІТ) в туризмі має бути першочерговим.

На сьогодні актуально для кожного учасника туристичної діяльності орієнтуватися в сучасних інформаційних технологіях та використовувати їх в своїй професійній діяльності. Метою даного дослідження є: визначити основні елементи інформаційного забезпечення, їх призначення; дослідити програмне та технічне забезпечення, яке використовується в сфері туризму для опрацювання інформації; сформулювати схему інформаційного забезпечення напрямків туристичної діяльності.

Туристична діяльність проводиться в різних напрямках, кожен з яких

визначає необхідну інформацію для даної сфери діяльності та сучасне програмно-технічне забезпечення необхідне для опрацювання цієї інформації. Серед найпопулярніших напрямків туристичної діяльності є діяльність готелів, туристичних агентств та ресторанів.

Розглянемо структуру інформаційного забезпечення туристичної діяльності на прикладі готельного господарства.

Діяльність готелів передбачає наступні функції: збір та накопичення даних про клієнта, бронювання номерів, надання відповідних послуг. Виконання даних функцій неможлива без опрацювання інформації, яка використовується в цьому напрямку є: дані про клієнта, інформація про номерний фонд, бронювання, поселення в номери, тарифи, додаткові послуги.

Отже, основним елементом інформаційного забезпечення діяльності готелів буде інформація, необхідна для виконання функцій в даному напрямку:

- дані про клієнта;
- бронювання;
- управління блоками (створення, перегляд, аналіз блоків кімнат);
- управління тарифами (перегляд, зміна, оптимізація);
- пакетування послуг (конфігурація, реалізація, відстеження, надання послуг, розрахунки тощо);
- реєстрація і виписка гостей, адміністратора (відображення статусів кімнат, поверхових планів, генерація звітів);
- послуги служби сервісу (послуги носія; безкоштовна камера схову; виклик таксі...);
- оздоровчі послуги (лазня, сауна, масаж);
- побутові послуги (послуги пральні, прасувальної кімнати).

Для ефективного опрацювання цієї інформації необхідно використовувати програмно-технічне забезпечення. Автоматизація діяльності готелів відбувається шляхом впровадження програмно-

технічного забезпечення загального та спеціального призначення.

Технічне забезпечення загального призначення – це пристрої, які використовуються у більшості напрямків бізнес-діяльності різних галузей, зокрема і туристичної.

До технічного забезпечення загального призначення належать: персональні комп'ютери, принтери, плоттери, монітори, сканери, ноутбуки, GPS зв'язок, комп'ютерні мережі, оптичні диски (CD, DVD), USB-накопичувачі тощо.

До технічного забезпечення спеціального призначення належить та техніка, яка використовується лише певним напрямком туристичної діяльності. Зокрема, для приміщення готелю необхідне таке спеціальне програмне забезпечення, як електронні цифрові замки, інформаційні термінали, система відеоспостереження, пожежна система, внутрішній телефонний зв'язок, інше технічне забезпечення для надання додаткових сервісів.

Ринок програмного забезпечення пропонує ряд програмних продуктів для туристичної галузі.

До загального програмного забезпечення відносять:

- офісні програми (Microsoft Office Word, Excel, Project...);
- інтернет браузері (Opera, Google Chrome...);
- архіватори (Winrar, Winzip);
- електронні словники та перекладачі;
- антивірусні програми.

Спеціальне програмне забезпечення використовують виключно в рамках конкретного напрямку діяльності туристичної галузі. Зокрема для автоматизації діяльності готелів використовують таке програмне забезпечення:

- Програмний комплекс ULTRA готель розроблений спеціально для готелів і готельно-ресторанних комплексів. Це одне з небагатьох рішень, яке змогло поєднати в собі не тільки інструменти, необхідні для

автоматизації робочих місць, а й потужний функціонал, що дозволяє максимально ефективно управляти всім закладом в кілька кліків.

Програми для комплексної автоматизації туристичного бізнесу, які містять модуль для діяльності готелю – Оверія-Туризм та Парус.

Відобразимо структуру інформаційного забезпечення діяльності готелів у вигляді структурної схеми.

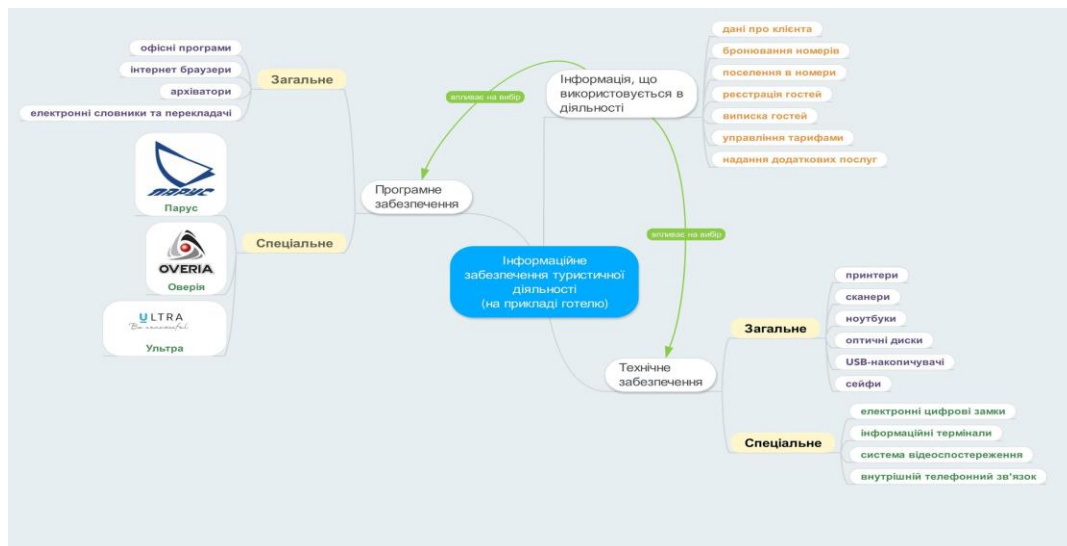


Рисунок - Структурна схема інформаційного забезпечення діяльності готелів

На схемі відображено основні елементи інформаційного забезпечення. Дану схему можна вважати типовою для відповідного напрямку туристичної діяльності. Особливості кожного напрямку будуть визначатись структурою інформаційного ресурсу та спеціалізованим програмно-технічним забезпеченням конкретного напрямку

Отже, ми дослідили ринок технічних та програмних забезпечень для різних напрямків туристичної діяльності. Використання того чи іншого програмного забезпечення не є обов'язковим. Кожна бізнес-організація обирає лише необхідні для автоматизації її діяльності засоби - оптимальні для роботи. Оскільки, використання інформаційних технологій в професійній діяльності підвищує конкурентноспроможність туристичних бізнес-організацій та ефективність діяльності в цілому.

Ринок технічного та програмного забезпечення розвивається,



враховуючи потреби туристичних організацій. Тому дані схеми потребуватимуть модифікації, відповідності до стану сучасних інформаційних технологій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник / М. А. Морозов, Н.С. Морозова. – 2-е изд., стереотип. - М.: Изд. Центр “Академия”, 200 . – 240 с.
2. Скопень М. М. Комп’ютерні інформаційні технології в туризмі: Навч. посіб. - К.: КОНДОР, 2005. – 302 с.
3. Плотникова Н. И. Комплексная автоматизация туристического бизнеса. - М.: Сов. спорт, 2001. – 208 с.
4. Гуляев В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі. – М., 1999. – 144 с.
5. Карпенко С. Г., Іванов Є. О. Основи інформаційних систем і технологій: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2002. - 264 с.

УДК 62-50

*Гусак Діана, Онишкевич Людмила студентки III курсу спеціальності «Туристичне обслуговування», науковий керівник Слепцова О. Я.*

### **ПІДТРИМКА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ПРИ РОЗВ’ЯЗАННІ ЗАДАЧ ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИБОРУ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ШЛЯХІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

Серед структурних елементів світового ринку послуг важливе місце займає туризм як багатостороннє явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, чим зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і

народів.

Одна із актуальних проблем ефективного функціонування туристичної системи регіону є оцінювання та вибір найбільш пріоритетних заходів для забезпечення сталого розвитку туризму. Вирішення даної проблеми зводиться до розв'язання задач багатокритеріального вибору в туризмі, для розв'язку яких достатньо універсальним та теоретично обґрунтованим є метод аналізу ієрархій [2, С. 61].

Реалізація цього методу дає можливість отримати виважені експертні оцінки, що враховують усі критерії за визначеною проблемою. Метод ґрунтується на декомпозиції задачі на більш прості складові частини (ієрархічне уявлення елементів, що визначають сутність проблеми) з подальшою обробкою послідовності суджень особою, яка приймає рішення, або групою експертів за парними порівняннями і включає процедури синтезу множинних суджень, отримання пріоритетності критеріїв і знаходження альтернативних рішень.

Для вирішення вказаної задачі, нами виділено наступні заходи для розвитку туризму в регіоні: розвиток малих міст області, як туристичних центрів; розвиток зеленого туризму, створення сільських садиб, що прийматимуть туристів; міжнародне співробітництво; створення та розвиток матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури туризму із залученням малого бізнесу; розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів області.

Для оцінювання вище перерахованих заходів із забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні була побудована ієрархія (рис. 1.), яка складається із чотирьох рівнів:

- фокус – вибір першочергових заходів для забезпечення сталого розвитку туризму у Тернопільській області;
- критерії: економіка; соціальна сфера; екологія;
- підкритерії: – збільшення доходів до бюджету, збільшення конкурентоспроможності, приріст частки в'їзного туризму; підвищення

якості відпочинку громадян, збільшення кількості робочих місць, забезпечення культурних потреб; інтеграція екотуризму, мінімізація шкоди довкіллю;

- альтернативи рішень.



*Рис.1. Декомпозиція проблеми в ієрархію для вибору заходів з розвитку туризму*

Після ієрархічного відтворення проблеми, експертам, якими були студенти третього курсу Галицького коледжу спеціальності «Туристичне обслуговування», були роздані опитувальні форми для проведення парних порівнянь елементів, що знаходяться на одному рівні, по відношенню до елементу більш високого рівня наведеної ієрархії. Наприклад, для порівняння альтернатив експертам ставилися запитання наступного типу: «Який із заходів розвиток малих міст області, як туристичних центрів чи розвиток зеленого туризму, створення сільських садиб, що прийматимуть туристів сприятиме збільшенню доходів до бюджету області? Яким є ступінь переваги?».

Для порівняння використовувалась дев'ятибальна шкала відносної важливості запропонована Т. Сааті, ефективність якої доведена теоретично при порівнянні з багатьма іншими шкалами [3, С. 75].

В результаті експертного оцінювання були отримані матриці попарних

порівнянь [1, С. 65] та встановлені пріоритети критеріїв, підкритеріїв і альтернатив. Оскільки оцінювання проводилось студентами, які склали групу з п'яти осіб, і змогли досягнути певних узгоджень щодо суджень, тому, рішення прийняте ними, можна розглядати як індивідуальне.

Заключна стадія роботи методу полягає у здійсненні так званого ієрархічного синтезу, в результаті якого визначається ранжування альтернатив за впливом на головну ціль. Усі розрахунки проводились у MS Excel.

В результаті проведеного аналізу, найбільший вплив на забезпечення сталого розвитку туризму мають альтернативи: створення та розвиток матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури туризму із залученням малого бізнесу; розвиток зеленого туризму, створення сільських садиб, що прийматимуть туристів.

Таким чином, на основі МАІ побудовано ієрархічне представлення проблеми вибору пріоритетних заходів розвитку туризму в регіоні та здійснено їх ранжування за критеріями та підкритеріями впливу на галузь, в результаті чого визначено дві найважливіші альтернативи розвитку туризму в регіоні.

### **Список використаних джерел:**

1. Віткін Л. М. Визначення якісних показників процесу навчання методом аналізу ієрархій / Л. М. Віткін, Т. А. Лемешко, Ю. С. Лемешко // Системи управління, навігації та зв'язку, 2009, випуск 4(12) ст. 61-68.

2. Саати Т. Аналитическое планирование. Организация систем/ Т. Саати, К. Кернер; пер с англ. – М.: Радио и связь, 1991. – 223с.

3. Слепцова О. Я. Використання інформаційних технологій для підтримки прийняття рішень в туризмі/ О. Я. Слепцова, В. Я. Данилов// Наукові праці: Науково-методичний журнал. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – Випуск 173. – Т. 161. Комп'ютерні технології. – с. 59-63.

*Захарчишин Мар'яна, студентка III курсу  
спеціальності «Фінанси та кредит»,  
науковий керівник Сиротюк Н. С.*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В СТРУКТУРІ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ УКРАЇНИ**

Позитивна динаміка збільшення Інтернет аудиторії, підвищення швидкості появи на віртуальній арені нових сайтів і наростання темпів розвитку електронної торгівлі дають можливість затверджувати про серйозні перспективи розвитку електронних платіжних систем мережі Інтернет, що підтверджує актуальність дослідження.

Електронні платіжні системи мережі Інтернет дають можливість зручно проводити розрахунки, не замислюючись про курси валют, черги у банківських касах, час перерахування грошей і тому подібне. Електронні платіжні системи (Інтернет-гроші) — це фактично електронний еквівалент звичайних грошей, які використовують для розрахунків між покупцем і продавцем в Інтернет магазинах. Виникнення таких електронних платіжних систем зумовило те, що електронна комерція у світі стала набирати значні оберти, а розрахунки кредитними картками стали відносно небезпечними. Тому у кінці дев'яностих років виникла потреба в надійній грошовій системі, пристосованій до розрахунків в мережі. З'явилася нова помітна ніша у сфері розрахунків — електронні гроші.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних умовах проблему електронної комерції в частині платіжних систем мережі Інтернет досліджували такі учені — О. Намист, Н. Дідківський, В. Кротюк, О. Куценко, В. Козик, М. Мац, С. Міщенко, П. Нікіфорова, О. Невідома, О. Панконова, В. Стоян, В. Тичина, С. Юрій, та інші.

Об'єкт дослідження — електронні платіжні системи мережі Інтернет.

Мета науково-дослідної роботи — розглянути електронні платіжні системи, що діють на сьогодні, особливості їх діяльності в Україні

Ще за результатами 2012 року Україна опинилася в трійці аутсайдерів за рівнем розвитку електронних платежів, обігнавши тільки Уганду та Нігерію [6].

За результатами дослідження Government E-Payment Adoption Ranking, який виконала компанія Visa спільно із центром The Economist Intelligence Unit (EIU) у травні 2012 року, Україна зайняла 60-те місце за рівнем розвитку електронних платежів серед 62 держав, які досліджували протягом 2011 року. Для порівняння - Росія зайняла 40-ве місце, Казахстан - 49-те.

Отримані Україною 28,6 бали (за 100-бальною шкалою) означають, що український уряд практично не використовує в роботі з населенням "платформи електронних платежів" - розрахунки за допомогою платіжних карток, пряме зарахування коштів на рахунок, безакцептне списання або електронні перекази через Інтернет і мобільний зв'язок. Найкращі результати у США, Великобританії та Норвегії.

Найпоширеніші у світі платежі - соціальні відрахування, автомобільні збори та штрафи за порушення правил дорожнього руху, прибутковий податок, ПДВ, допомога безробітним.

В Україні у відносинах уряду зі споживачем експерти EIU позитивно зауважили лише можливість оплатити прибутковий податок і послуги громадського транспорту. Такий низький ступінь застосування електронних розрахунків пояснюється існуванням тіньової економіки та корупції в країні.

Другою причиною нерозвиненості електронних розрахунків експерти називають неготовність до них частини населення.

Проте дослідники вважають, що Україна має великий потенціал для розвитку електронних платежів, оскільки за даними НБУ обсяг операцій через інтернет в 2015 році досяг 52,7% від загальної суми безготівкових

операцій з використанням платіжних карток. Українці за допомогою карток в інтернеті зробили платежів на 202,8 млрд грн. Так в Україні було здійснено більше 505,5 млн (98,3%) операцій з використанням платіжних карт через мережу інтернет на загальну суму 192 млрд грн (94,6%), а в іноземних інтернет-магазинах – майже 9 млн (1, 7%) платежів на суму 10,9 млрд грн (5,4%). Кількість інтернет-магазинів на 1 січня поточного року склала 2 915 [1].

Як повідомив директор Інституту економічних досліджень і політичних консультацій Ігор Бураковський, впровадження повноцінної системи безготівкових розрахунків з електронними грошима є надзвичайно вигідним для економіки.

"Загальна економія від повноцінного поширення електронних платежів, за нашими оцінками, може скласти близько 1% ВВП", - сказав він. [2]

Натомість, українські платіжні інструменти знаходяться в зародковому становищі, їх кількість мінімальна.

В Україні при здійсненні платежів через мережу Інтернет використовуються:

1) Системи на основі кредитних карток. При під'єднанні до певної платіжної системи на основі кредитних карток, магазин зможе отримувати платежі через мережу Інтернет від тих своїх клієнтів, які мають кредитні картки, підтримувані даною платіжною системою.

2) Системи на основі смарт-карток. Для роботи клієнтам потрібно мати сматр-картку, емітовану банком, під'єднаним до системи, а для платежів через мережу Інтернет ще й додатково використовувати спеціальний пристрій – смарт-карт-рідер та спеціальне програмне забезпечення.

3) Системи Інтернет-банкінгу – призначені для надання послуг з управління банківськими рахунками через мережу Інтернет (з отриманням виписок за здійсненими операціями). При використанні клієнтами систем

Інтернет-банкінгу магазин не обов'язково має бути під'єднаний до цих систем, достатньо й того, що ним прийматимуться безготівкові платежі.

4) Системи на основі електронних грошей. Для того щоб використовувати ці системи для платежів через мережу Інтернет, потрібно під'єднатись до якоїсь з них. Тобто встановити на своєму комп'ютері клієнтське програмне забезпечення, необхідне для роботи з системою; відкрити за допомогою цього ПЗ у системі свій рахунок; та ввести на нього гроші (наприклад, з передоплаченої картки). В Україні такі системи практично не використовують, оскільки вони є незаконними.

На сайтах цих систем є перелік магазинів та компаній, що під'єднані до них, тобто можуть отримувати оплату за товари та послуги електронними грошима.

Платіжні сервіси в світі асоціюються з можливістю оплатити товари або послуги тим способом, яким хоче клієнт, коли саме він хоче і там де захоче. Українці ж, по суті, позбавлені можливості вибирати – з усіх існуючих позабанківських інструментів інтернет-платежів в нашій країні реально працюють лише одиниці. Фактично ринку електронних грошей немає, оскільки він монополізований, і йому не дають розвиватися. При цьому експерти галузі підготували безліч пропозицій і напрацювань, у тому числі законодавчих, але чиновники Нацбанку ніяк не хочуть знайти можливість для діалогу з ринком.

Сьогодні реєстрація та діяльність платіжних систем жорстко регулюється НБУ. Особливо це стосується платіжних систем, які емітують та працюють з електронними грошима. Порядок здійснення операцій з електронними грошима та максимальна сума електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває в розпорядженні користувача, визначаються нормативно-правовими актами НБУ.

Емісія та обіг електронних грошей організуються за допомогою спеціальної системи електронних грошей. Відповідно до Положення про електронні гроші в Україні, затвердженого Постановою Правління



Національного банку України від 4.11. 2010 р № 481, система електронних грошей – сукупність відносин між емітентом, оператором, агентами, торговцями та користувачами щодо здійснення випуску, обігу та погашення електронних грошей.

Система електронних грошей дає можливість швидко набрати клієнтів, оскільки користувач електронного гаманця не повинен іти до банку, може протягом хвилини активізувати гаманець і здійснювати платежі. Процент за використання системи невисокий, але за рахунок великої кількості клієнтів банк швидко виходить на рентабельність. Рентабельність системи електронних грошей може досягнути 20 %. Прихильниками активації використання електронних грошей в Україні є також мобільні оператори. Їхній головний інтерес до електронних грошей пов'язаний із можливістю здійснення платежів за товари та послуги за допомогою мобільного телефону.

Згідно з положенням НБУ про електронні гроші, під електронними грошима маються на увазі одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими, ніж емітент, особами і є грошовим зобов'язанням емітента. При цьому тільки банки (емітенти) мають право випускати електронні гроші, виражені лише в гривнях.

Документом встановлено, що користувачами електронних грошей можуть бути як фізичні особи, так і суб'єкти господарювання. Фізичні особи мають право розраховуватися електронними грошима з торговцями за товари, а також переводити їх іншим фізичним особам. Підприємці можуть використовувати електронні гроші, отримані виключно в обмін на безготівкові кошти і тільки для розрахунків за товари, придбані на виробничі потреби. Розрахунки електронними грошима можливі, якщо підприємець укладе договір з банком про отримання банком електронних засобів від клієнтів такого підприємця і переведення їх на розрахунковий рахунок підприємця у вигляді безготівкових коштів .

До того ж якість онлайн-ових позабанківських платіжних сервісів явно поступається зарубіжним аналогам.

Станом на 25.08.2014 НБУ погодив діяльність двох систем електронних грошей: "Максі" (ПАТ "Альфа-Банк") і MoneXu (ПУАТ "Фідобанк"). Крім того, 14 українських банків отримали дозвіл здійснювати випуск електронних грошей на базі платіжних систем НСМЕП, Visa International і "ГлобалМані".

Перелік систем електронних грошей, правила яких узгоджені Нацбанком

1. "Максі" – ПАТ "АЛЬФА -БАНК"
2. "MoneXu" – ПУАТ " ФІДОБАНК"

У зв'язку з зобов'язанням узгодження випуску електронних грошей з НБУ станом на 25.03.2016 р. в Україні мають право здійснювати операції з електронним грошима 20 банків, 9 з яких користуються платіжною системою НСМЕП, 10 – платіжною системою Visa International Service Association, 1 – платіжною системою «ГлобалМані» (АТ «Ощадбанк») 10 - MasterCard. [3]

Відповідно, в Україні на законних підставах здійснюють обіг електронні гроші наступних платіжних систем:

- НСМЭП (Національна система масових електронних платежів);
- "Максі" (емітент ПАО "АЛЬФА-БАНК");
- "MoneXu" (емітент ПУАО "ФІДОБАНК");
- "ГлобалМані" (емітент - ПАО "Ощадбанк");
- Visa International. [8]

Водночас в Україні діють електронні платіжні системи, які відповідають деяким ознакам систем електронних грошей, проте не узгодили свої правила з НБУ. За різними оцінками, найбільшими з них у гривневому сегменті є WebMoney.UA, LiqPay та W1. Зокрема, система WebMoney регламентує свою діяльність тим, що дозволяє за допомогою електронних одиниць здійснювати розрахунки (переказ електронних

одиниць від однієї особи до іншої з можливістю їх «виведення» – обміну на «справжні» грошові кошти). Така регламентація дії системи WebMoney на території України формально не охоплюється дією Положення про електронні гроші в Україні, затвердженого Постановою Правління НБУ від 04.11.2010 р. № 481. Більше того, категорія «електронні гроші» формально не використовується системою, натомість фігурують інші назви: електронні одиниці, титульні знаки. Купівля таких знаків за гривневий еквівалент в Україні передбачає придбання покупцями прав вимоги до третьої особи (резидента України) в організації-гаранта (ТОВ «Українське гарантійне агентство»). Таким чином, купуючи в гаранта електронні одиниці за грошові кошти в гривні, особа набуває не електронні гроші, а права вимоги до третьої особи (конкретної банківської установи). У подальшому такі права вимоги можуть обмінюватися на товар (у цьому разі фактична купівля товару, наприклад, в інтернет-магазині, з юридичного погляду вважатиметься обміном цього товару на права вимоги, а не купівлею за електронні гроші).

У зв'язку з цим, НБУ заявив, що правила WebMoney на території України не узгоджено з регулятором, а тому система не має права на здійснення діяльності в країні.

З метою вдосконалення регулювання діяльності, що пов'язана з випуском електронних грошей в Україні, та посилення контролю за операціями з електронними грошима, НБУ було розроблено Проект змін до Положення про електронні гроші в Україні. Зміни планується внести для приведення норм Положення у відповідність з вимогами ст. 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» від 05.04.2001 р. № 2346-III щодо регулювання особливостей випуску електронних грошей та здійснення операцій з ними, а також ст. 47 Закону України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 р. № 2121-III стосовно встановлення вимог до комерційних агентів банка-емітента електронних грошей. Зокрема, документом передбачено доповнити главу 1 Положення

новим пунктом такого змісту: «1.3 Відповідно до ст. 47 Закону України “Про банки та банківську діяльність” і для цілей цього Положення до фінансових послуг, які банк має право надавати своїм клієнтам (крім банків) шляхом укладення з юридичними особами агентських договорів під час використання електронних грошей, належать послуги з:

- розповсюдження електронних грошей;
- здійснення обмінних операцій з електронними грошима;
- надання засобів поповнення електронними грошима електронних пристроїв;
- приймання електронних грошей в обмін на готівкові/безготівкові кошти».

Отож, як зазначив експерт-консультант компанії WebMoney.UA Олексій Титов на круглому столі журналу "Деньги" - "Ми маємо дві системи, з яких я б викреслив "ГлобалМані" (проти посадових осіб компанії "ГлобалМані" порушено справу за фактом привласнення чужого майна та ухилення від сплати податків в особливо великих розмірах), і ми маємо систему MoneXu, яка два роки витратила на узгодження правил, і після цього вона, на жаль, ще не злетіла", - говорить експерт, додаючи, що на ринку залишається працювати тільки нелегально.

Для порівняння, у Великобританії, яка відома своїм ліберальним законодавством щодо платіжних систем, на сьогоднішній день існує 36 небанківських систем електронних грошей. У Росії працює десять таких систем, і щоб вийти на ринок електронних грошей достатньо оголосити Центробанку про початок випуску електронних грошових коштів. При цьому суб'єкт не обов'язково повинен бути банком, достатньо мати статус небанківської кредитної організації [4].

В Україні саме держрегулювання гальмує розвиток ринку електронних грошей. Законодавче регулювання цієї сфери недосконале і залишає бажати кращого. Багато питань погоджень та оподаткування досі не врегульовані. Тому, незважаючи на всі старання гравців ринку, нові платіжні інструменти

не з'являються.

"Те регулювання, в рамках якого працює наша система, зокрема, обов'язкову участь банку-емітента, не дає розвиватися платіжним системам. Адже банк - це велика інертна структура, у якої багато проблем, багато бізнесів, багато обмежень", – зазначає Титов.

За його словами, суттєві зміни на ринку можуть відбутися тільки тоді, коли чиновники Нацбанку все ж таки розпочнуть працювати на благо країни для покращення стану її економіки. "Цілком очевидно, що ряду чиновників, які "дісталися у спадок" новому керівництву НБУ, не вистачає досвіду в сфері електронних фінансів, розуміння їх специфіки. Але ж є ще експерти, люди, які піднімали цей бізнес в Україні, які як ніхто "знають предмет" і зацікавлені у створенні цивілізованого конкурентного середовища. Важливо підкреслити, що це консолідована позиція галузі", - говорить Олексій Титов.

Зокрема, експерт пропонує ввести поняття провайдера платіжних послуг – суб'єкта, який будучи не банком, маючи певні обмеження (наприклад, за видами діяльності, по статутному капіталу), мав би право здійснювати діяльність платіжних сервісів. При цьому повинен бути повідомний характер регулювання ринку.

"Питання "бути чи не бути" українському ринку електронних платежів у світлі сьогоденних реалій варто сформулювати по-іншому: "Чути або не слухати" експертну думку галузі. Чи відбудеться ефективний діалог представників влади з бізнесом, – відповідь на це питання визначить майбутній вектор розвитку ринку: чи будуть в Україні працювати компанії - резиденти, або ж він повністю перейде під контроль закордонних гравців", – резюмує він. [7]

Ще однією перешкодою для діяльності електронних платіжних систем та частковою заборонаю повноцінного їх використання є одне з останніх рішень Степана Кубіва — обмеження суми операцій з e-money.

З 25 липня вступили в силу поправки до постанови Національного

банку України №378, які обмежують обіг електронних грошей в Україні. Тепер користувачі не можуть поповнювати (переводити) з банківських карт (електронних гаманців) на інші гаманці на суму понад 500 грн в день. Місячний оборот шкапа не повинен перевищувати 4 000 грн, а річний 35 000 грн (раніше було 25 000 грн). Ці обмеження стосуються тільки переказів і операцій між двома фізособами.

На перший погляд Нацбанк взявся за дуже великий ринок. За різними оцінками обсяг платежів з електронними грошима в Україні становить від 4 до 10 млрд грн. За допомогою віртуальної валюти користувачі поповнюють довільні рахунки та послуги, купують віртуальну зброю в комп'ютерних іграх, отримують оплату за роботу і т.д.

Але в реальності під постанову Нацбанку потрапила незначна частина ринку. Справа в тому, що НБУ визнає електронні платіжні системи тільки трьох компаній, за якими стоять звичайні комерційні банки: MoneXu (емітент Фідобанк), Махі Card (Альфа-Банк) і GlobalMoney (Ощадбанк).

Засновник і гендиректор MoneXu Юрій Чайка вважає, що фінальну версію постанови НБУ пролобіювали банки. На його думку — це скоріше «гра на випередження» — з розвитком шерингової економіки (Airbnb, Uber тощо) платежі між фізичними особами будуть складати мільярди гривень.

Яка мотивація регулятора? «Вважаю, що мета НБУ — строго обмежити обіг без ідентифікації приватних осіб-відправників та одержувачів за допомогою електронних грошей», — говорить гендиректор Бенефіт Системс (ТМ Махі Card) Андрій Репко.

Партнери платіжних систем, що потрапили під дію постанови не переживають. Більшість компаній пропонують кілька інших варіантів оплати крім електронних гаманців [5].

Нова постанова НБУ – це спроба підвищити контроль над інтернет-ринком платежів. Ринком, популярність якого зростає з кожним днем, але поки лише по світу: згідно з дослідженням WorldPay, частка онлайн-покупок, здійснених за допомогою альтернативних платіжних методів,

повинна зрости на планеті з нинішніх 43% до 59% до 2017 року.

За оцінкою експертів, для того щоб система регулювання стимулювала розвиток ринку електронних платежів, необхідно на законодавчому рівні дозволити випуск електронних грошей широкому колу компаній, а не тільки банкам, як нині. При цьому рівень вимог до капіталу компаній, що працюють на цьому ринку, повинен бути істотно меншим за обсягом, ніж для банків. Слід також дозволити використання електронних грошей для всіх видів розрахунків між фізичними, юридичними особами та державним сектором. При цьому забезпечення обсягу емісії електронних грошей повинно на 100% резервуватися на спеціальному рахунку в НБУ: в міру розвитку фінансового сектора України резервування може проводитися за рахунок таких фінансових активів, як державні цінні папери, рахунки у фінансово стійких банках і т.д. "Загальна економія від повноцінного поширення електронних платежів, за нашими оцінками, може скласти близько 1% ВВП", - сказав він.[46]

#### **Список використаних джерел:**

1. За 2015 рік українці витратили в інтернеті 203 млрд гривень [Електронний ресурс] // Фінанси.юа : [сайт] — Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/372094/za-2015-rik-ukrayintsi-vytratyly-v-interneti-203-mlrd-gryven> (25.03.2016).—Загол. з екрану.

2. Ринок електронних платежів потребує більш гнучкого регулювання – експерти. 8.11.12 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://ua.prostobank.ua/e\\_banking/novini/rinok\\_elektronnih\\_platezhiv\\_potrebue\\_bilsh\\_gnuchkogo\\_regulyuvannya\\_eksperti](http://ua.prostobank.ua/e_banking/novini/rinok_elektronnih_platezhiv_potrebue_bilsh_gnuchkogo_regulyuvannya_eksperti).

3. Дослідження правових аспектів здійснення випуску, обігу та погашення електронних грошей в Україні // Національне рейтингове агентство «Рюрік». – Режим доступу: [rurik.com.ua/documents/research/el\\_money.pdf](http://rurik.com.ua/documents/research/el_money.pdf).

4. Офіційний сайт Українського процесингового центру. Режим доступу:

[<https://upc.ua/ua/news-ua/1403.htm>].

5. НБУ узгодив правила 18 платіжних систем в Україні. 21.06.2013.

[Електронний ресурс]. Режим доступу:

<http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2013/06/21/304225>.

6. Губарь Е. Государство не держит дистанцию. 28.05.2014// [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.kommersant.ru/doc/1944956](http://www.kommersant.ru/doc/1944956).

7. Бути чи не бути електронним грошам в Україні? 30.05.14. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.appu.org.ua/news/--02758/>. 4

8. Какими электронными деньгами можно пользоваться в Украине 9.09.2014. [http://www.ligazakon.ua/summary\\_news/news/2014/9/9/116779.htm](http://www.ligazakon.ua/summary_news/news/2014/9/9/116779.htm).

УДК 007.51

*Крива А., студентки II курсу  
спеціальності «Дизайн»,  
науковий керівник Меленчук Л. І.*

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗРОБЦІ ДЕКОРУ ВИШИВКОЮ**

Сучасний стан нашого суспільства характеризується зростанням етнічної свідомості народу, посиленням його інтересу до вітчизняної історії та культури. Звернення до життєдайних джерел народного мистецтва, до збереження та оновлення всіх його видів – це усвідомлення свого родоводу, духовних традицій та відродження культури українського народу.

Вишивка – це мистецтво особливого бачення світу, яке втілюється за допомогою художніх засобів.

Вишивка в Україні – один з найбільш улюблених і поширених різновидів народної творчості. У виробках українських вишивальниць нас захоплює піднесений світ краси і фантазії, поетичного осмислення життя, світ натхненних образів, коріння яких сягає міфології, звичаїв і уявлень



наших предків.

Ходять чутки, що вишивання зародилося ще за часів коли первісні люди зшивали хрестиком шматки шкіри вбитої тварини. Найдревніші вишиванки які збереглися до наших днів родом з Китаю, які були вишиті ще в VI- V столітті до н.е. Виготовлені вони з шовку, в якості ниток слугувало волосся, також на деяких були використані срібні та золоті нитки. Разом з еволюцією жінки починали звертати все більше увагу на свою зовнішність. Тоді й вишивка почала слугувати їм як варіант оздоблення одягу й вирізнитись з-поміж юрби інших, адже всі ходили майже в однаковому вбрані. Пізніше дівчата почали вишивати сорочки своїм чоловікам, й дітям. Тоді й з'явилась вишивка ікон хрестиком, вишивка картин хрестиком, все лиш залежало від польоту фантазії і від вправності майстрині.

На Сході була популярна вишивка з квітами й високою складністю орнаменту, слід зазначити що завдяки торговому шляху ці вишиванки поширювались по Європі, й зробили вагомий внесок у культуру вишивки інших країн. На Заході у вишиванках були присутні більш біблійні мотиви. Пізніше у вишивці почали застосовуватися бісер, дорогоцінний камінь і навіть шматки мушель, все залежало від регіону, де дари природи поєднувалися з фантазією і геніальністю майстрині.

Вишивки Ірану та Індії відрізняються безліччю рослинних мотивів, зображенням птахів, тварин а також сюжетів з класичної національної літератури. Вишивки Візантії, що відрізнялися красою шиття шовком, золотом та сріблом, різними узорами, зробили значний вплив на розвиток мистецтва вишивки хрестом в багатьох країнах Європи в період середньовіччя. Таким чином з'явилися унікальні орнаменти та техніка вишивки хрестом, індивідуальні для кожної національності.

У наш час вишивка хрестиком набула масового характеру, вишивають не лише жінки, але і чоловіки - беруть в руки голку і створюють шедеври.

Сьогодні в наших магазинах, окрім схем та наборів для вишивання,

можна також знайти безліч журналів з схемами вишивок і детальними інструкціями і рекомендаціями.

Зараз для багатьох художників, дизайнерів та модельєрів створено досить багато платних та безкоштовних програм, без яких більшість з них просто не можуть обійтись. Наприклад, щоб створити сучасний та комфортний інтер'єр, збудувати дім або ж пошити одяг потрібен комп'ютер, адже виконавці проекту затратять набагато менше часу і робота буде виконана точніше і якісніше.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій не обійшов увагою і вишивку хрестиком. Набули поширення багато чисельні програми, що використовують алгоритми, які генерують схему для вишивки з сканованої картини.

На сьогодні такі програми є надзвичайно актуальними. Вони допомагають дизайнерам одягу створити бажаний орнамент для свого виробу. Також ці програми можуть допомогти тим, хто просто любить вишивати картини для себе та на продаж.

В програмах є надзвичайно багато можливостей таких як вибір кількості кольорів, розміру тканини, розміру хрестиків, стилю картини або ж вишивки. Вам не потрібно буде обраховувати скільки ниток потрібно для вишивки. Саме програма зробить це для вас. Вона обрахує кількість та вартість ниток.

Такими програмами зможуть користуватись не тільки професіонали, а й новачки. Вони легкі у використанні та доступні як у платній, так і в безкоштовній версіях.

Платні версії мають більше можливостей, тому вони призначені більше для людей, які професійно займаються вишивкою. Безкоштовні – розраховані для новачків, але там є достатньо функцій, щоб зробити вашу вишивку якнайкращою та приємний процес роботи.

Розмаїття готових програмних рішень допомагає викликати особисту зацікавленість у успішному виконанні покладеної задачі, наприклад,

використання програми «Stitch Art Easy» дозволяє перетворити на схему для вишивання будь-яку картинку або фотографію, адже цікавіше вишивати те, що до вподоби, програма «Бисер с MyJane» дозволяє робити теж саме, але вже для плетіння бісером.

Програма Stitch Art Easy здійснює створення схеми для вишивання по будь-якому зображенню, друк, а також експорт схеми в редактор Microsoft Excel. У цій програмі, на відміну від попередніх є лише основні функції, прості і зручні у використанні.

При підготовці схеми програма уміє самостійно змінювати розмір вихідного зображення, зменшувати кількість використовуваних кольорів, підбираючи при цьому відповідні кольори, відповідні кольорам ниток з декількох поширених наборів (наприклад DMC). Схема може бути підготовлена в кольоровому і чорно-білому варіантах.

Програма Pattern Maker for Cross-Stich v4.04 призначена для створення і перегляду схем для вишивки хрестом у форматі xsd. З її допомогою вподобана Вам картинка легко перетвориться на схему для вишивки хрестом.

Pattern Maker включає безліч всіляких і корисних функцій: вибір видів стібків; кольорів ниток різних фірм; редагування на свій смак кольору і символів для його позначення; інформацію (ключ) до схеми і багато що інше.

Програма PCStitch7 призначена для створення і перегляду схем для вишивки хрестом у форматі pat. Вона дозволяє самостійно створювати свою схему і переводити в схему будь-яке зображення, використовувати різні варіанти переведення муліне, можливість вибору стібків і символів, роздрукувати і експортувати схему в іншому форматі і багато що інше.

Важливо враховувати, що файли Pcstitch не сумісні з файлами, створеними в Pattern Maker.

Embroider є одним з найбільш доступних і зручних графічних редакторів для створення схем складних узорів для вишивання хрестиком.

Він дозволяє автоматично перетворювати будь-які зображення (фотографії або малюнки) в схеми. Досить завантажити зображення в програму, вона підбере кольори, відтінки аналогів ниток різних виробників, виробить розрахунок довжини ниток, розміру майбутнього малюнка на канві і навіть розрахує собівартість матеріалів. Програма має велику базу кольорів, функції попереднього перегляду майбутньої роботи, експорту в графічний файл, друк з розбиттям на сторінки.

Таким чином, велике розмаїття готових програмних рішень допомагає викликати особисту зацікавленість у успішне виконання самого складного завдання, яке може постати перед дизайнером.

#### **Список використаних джерел:**

- 1) <http://art-time.at.ua/index/0-85>
- 2) <http://fhouse.org.ua/bezkoshtovna-programa-dlya-vishivki-xrestikom-embrobox/>
- 3) <http://garbuz.org.ua/statti/vishivka/istoriya-vishivki-hrestikom.html>
- 4) [http://mari6ka2.blogspot.com/2012/03/blog-post\\_934.html](http://mari6ka2.blogspot.com/2012/03/blog-post_934.html)
- 5) <http://www.tk-furniture.com.ua/vishivka-hrestikom/>

УДК 004.41: 007.52

*Лісевич Арсен, студент IV курсу  
спеціальності «Обслуговування програмних систем і комплексів»,  
науковий керівник Кузик В. М.*

### **ВИКОРИСТАННЯ СЕРЕДОВИЩА РОЗРОБКИ ARDUINO ДЛЯ КЕРУВАННЯ КЛІМАТ-КОНТРОЛЕМ БУДИНКУ**

Керування клімат-контролем будинку визначає поняття розумного дому. В загальному, розумний дім (англ. Smart House) – будинок, дача або приміщення комерційного призначення (бутік, офіс, установа), які мають якісні системи забезпечення, що використовують високотехнологічних

пристроїв [1]. Тобто, "розумний будинок" – це житлове або нежитлове приміщення сучасного типу для зручності проживання чи діяльності людей, організоване за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Для визначення високотехнологічних особливостей приміщення також вживають терміни: *intelligent building*, *smart-house*, *digital home*.

Завдяки інтеграції інформаційних технологій у повсякденне життя, усі системи та прилади узгоджують виконання функцій між собою, порівнюючи існуючі програмні режими та зовнішні показники. Усі електроприлади будівлі функціонально пов'язуються між собою. Керувати ними можна централізовано – з пульта-дисплею чи за допомогою ПК через віддалений доступ до них через з допомогою мережі Інтернет.

Створення системи клімат-контролю визначається за допомогою професійного проектування та програмування компаніями, що займаються розробкою проектів "smart-house". Програми, що базуються на алгоритмах системи управління розумного дому, розраховані на певні потреби мешканців та ситуації, пов'язані із зміною середовища або безпекою. При цьому, операційна система контролю аналізує навколишню ситуацію та параметри усередині приміщення, та, керуючись власними висновками, виконує задані користувачем команди із відповідними налаштуваннями. Окрім того, електронні побутові прилади, встановлені у будинку, можуть бути об'єднані у домашню Universal Plug'n'Play – мережу із виходом в Інтернет.

Дана стаття розкидає тему керування клімат-контролем будинку на базі Arduino.

"Розумний будинок" в первинному сенсі означає "будівлю, готову до змін" або "приспосовувана (гнучка) будівля", інженерні системи якого здатні забезпечити адаптацію до можливих змін в майбутньому.

Під "розумним будинком" (*intelligent building*) слід розуміти систему, яка повинна вміти розпізнавати конкретні ситуації, що відбуваються в будівлі, і відповідним чином на них реагувати: одна з систем може

управляти поведінкою інших за заздалегідь виробленим алгоритмам [1].

Англійське слово *intelligent*, буквально означає "розумний", "тямущий", в поєднанні зі словом *building* використано в значенні "гнучкий, пристосований".

Поняття "розумний будинок" було сформульовано Інститутом інтелектуальної будівлі у Вашингтоні в 1970-х роках: "будівля, що забезпечує продуктивне і ефективне використання робочого простору..." [2].

Системи зможуть відстежувати роботу і стан всієї "начинки" в будівлі, включаючи огорожувальні конструкції, і самостійно приймати рішення в мінливих обставинах.

В комплекс "розумний дім" зазвичай входять наступні системи: освітлення, опалення, вентиляції та кондиціонування, охоронно-пожежної сигналізації, контролю доступу в приміщення, контролю витікання води, газу, відеоспостереження, електроживлення будівлі (АВР, промислові ДБЖ, дизель-генератори), механізації будівлі (відкриття/закриття воріт, шлагбаумів, електропідігрів сходів тощо), а також мережа зв'язку (у тому числі телефон і локальна мережа будинку).

На сьогоднішній день технології дозволяють будувати домашню автоматизацію покомпонентно – вибирати тільки ті функції системи "розумного будинку", які дійсно потрібні.

В апаратну частину побудови системи входить обчислювальна платформа *Arduino*. Основними компонентами якої є плата вводу/виводу та середовище розробки на мові *Processing/Wiring* [4].

*Arduino* може використовуватися як для створення автономних інтерактивних об'єктів, так і підключатися до програмного забезпечення, яке виконується на комп'ютері (наприклад: *Adobe Flash*, *Processing*, *Max/MSP*, *Pure Data*, *SuperCollider*). Інформація про плату (малюнок друкованої плати) знаходиться у відкритому доступі і може бути використана тими, хто вважає за краще збирати плати самостійно.

На концептуальному рівні усі плати програмуються через *RS-232*

(послідовне з'єднання), але реалізація даного способу відрізняється від версії до версії. Новіші плати програмуються через USB, що можливо завдяки мікросхемі конвертера USB-to-Serial FTDI FT232R. У версії платформи Arduino Uno в якості конвертера використовується контролер Atmega8 у SMD-корпусі. Дане рішення дозволяє програмувати конвертер таким чином, щоб платформа відразу розпізнавалася як миша, джойстик чи інший пристрій за вибором розробника зі всіма необхідними додатковими сигналами керування. У деяких варіантах, таких як Arduino Mini або неофіційній Boarduino, для програмування потрібно підключити до контролера окрему плату USB-to-Serial або кабель.

У систему входять функції управління такими системами як система освітлення, вентиляції, охоронна система, система протипожежної безпеки, система захисту від протікання води, система обігріву та т.д. Система працює завдяки платформам для побудови шинних розподілених систем управління вищезазначеними системами, таким як LanDrive, LCN, iRidium Mobile, BPT, MyHome SCS, EIB.

Отже, для реалізації системи було обрано середовище розробки Arduino IDE, мова програмування C/C++, та блокнот Notepad++, та безкоштовний хостинг Hostinger. Середовище розробки Arduino IDE, є унікальним, подібних аналогів немає. Використання даного середовища розробки є безкоштовним, що робить розроблене з їх допомогою програмне забезпечення дешевим і доступним для користувачів.

Перед початком роботи потрібно завантажити середовище з офіційних сайтів розробників (<http://www.arduino.cc/en/Main/Software>). А також зареєструємо безкоштовний домен на сайті.

Засоби доступу та їх опитування до датчиків та реле, і мережевої карти (у нашому випадку датчик температури та вологості, реле включення та виключення і мережева карта з підтримкою читання флеш накопичувачів).

Всі необхідні файли та бібліотеки є вмонтовані в середовище

розробки Arduino IDE. Їх потрібно тільки підключити.

Для початку нам потрібно підключити всі необхідні датчики і реле. Для вимірювання температури і вологості використовується датчик DHT. Для включення і виключення використовується 2 Relay module. Для спілкування і передавання даних датчиків і станів реле використовується мережева карта Hup Run для Arduino. В якості системної плати використовується Arduino моделі MEGA 2560. Вся апаратна частина разом з підключеними пінами датчиків.

Для компіляції і роботи з платою використаємо Arduino IDE.

Роль системної плати полягає в тому, Arduino підключається до сервера і відправляє GET запит, де містяться значення датчиків температури та вологості. Засоби опрацювання даних на сервері (у нашому випадку це функціонал сервера).

Для створення серверної частини ми реєструємо безкоштовний домен на сайті (<http://www.hostinger.com.ua>). Пізніше за допомогою головної панелі керування в профілі ми створюємо новий домен. Для запису файлів серверної частини потрібно використати FTP файловий менеджер.

Сервер приймає запит, і записує значення температур в текстові файли. При цьому читає з текстового файлу значення встановленого виходу для Arduino і відправляє у відповідь на запит контролера.

Засоби відображення даних (у нашому випадку це інтернет сторінка).

Панель управління (інтернет сторінка), використовуючи Ажах, зчитує значення температури з текстових файлів і оновлює показники датчиків. А також зчитує їх текстового файлу стан виходу і оновлює його на сторінці. За допомогою того ж Ажах через форму в текстовий файл записується значення виходу контролера, звідки потім буде брати значення сервер і відправляти контролеру.

Тепер визначимо функції, які нам знадобляться:

Для системної плати Arduino:

- Функція підключення void setup() яка підключає всі можливі датчики



і реле.

- Функція безкінечного циклу `void loop()` яка виконує постійне передавання даних датчиків на сервер, та інформацію про стан реле.

Для серверної частини системи:

- Функція отримання даних з системної плати Arduino.

- Функція запису файлів у файл

- Функції відображення даних на сайті. Все відображення робиться за допомогою технології Ajax.

В результаті розроблено систему керування розумним будинком, яка здатна змінювати стан реле, а також приймати дані датчиків, і відображати все на користувацькій панелі, в ролі якої виступає Інтернет-сторінка.

### **Список використаних джерел:**

1. Smart home [Електронний ресурс] Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Розумний\\_дім](http://uk.wikipedia.org/wiki/Розумний_дім)

2. Розумний будинок. Умный дом. [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://devi.rv.ua/ua/devi/page-rozumnij-budinok/>

3. Умный дом Билла Гейца [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://celebrities.ucoz.ua/publ/1-1-0-31>

4. Arduino [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Arduino>

УДК 004.9

*Масна Мар'яна, студентка I курсу спеціальності «Моделювання та конструювання промислових виробів», науковий керівник Гавришків Н. Г.*

## **АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПРОГРАМ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ PATTER MAKER FOR CROSS STICH**

Оскільки сьогодні Інтернет вийшов за межі інформаційно-

комунікаційного ресурсу і увійшов до всіх сфер діяльності людини, включно з декоративно-ужитковим мистецтвом, то нагальною є потреба дослідити функціонування Інтернет-технологій у діяльності сучасного вишивання. Адже вивчення способів використання ресурсів та служб мережі Інтернет здатне розкрити особливості сучасної вишивки.

Варто відзначити, що проблематика впливу Інтернет-технологій на декоративно-ужиткове мистецтво, зокрема вишивку, залишається переважно поза увагою вітчизняних дослідників та, відповідно, без спеціальних досліджень і публікацій. Однак значний інтерес викликає більш широка за змістом тематика програм для моделювання у сучасному українському суспільстві.

**Однією з таких програм є Pattern Maker** – розробка програмістів для любителів вишивки. Ця утиліта дозволяє завантажувати власні фотографії, щоб використовувати їх в якості схем для вишивки. Pattern Maker обробляє зображення за певним алгоритмом і формує якісні схеми, які можна використовувати для рукоділля.

Для досвідчених користувачів програма дає можливість використовувати розширений функціонал – виконувати ручну доробку схем, додаючи і видаляючи ті або інші кольори, відтинаючи непотрібні частини картинки, регулюючи яскравість і контрастність, встановлюючи розмір стібка. Тут же можна підібрати нитки для вишивки від відомих виробників.

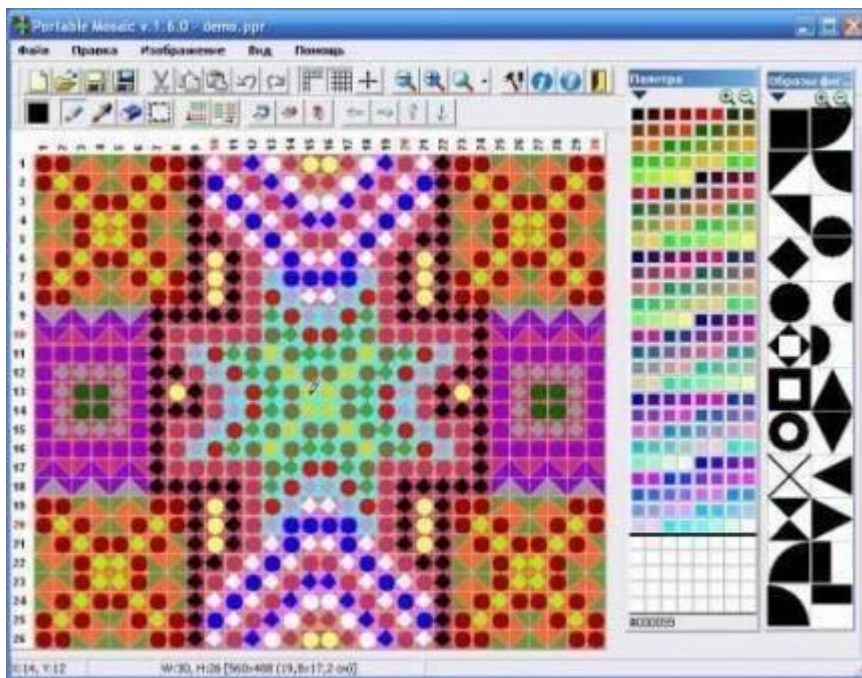
Програма здійснює створення схеми для вишивання по будь-якому зображенню, друк, а також експорт схеми в редактор Microsoft Excel. У цій програмі, є лише основні функції, прості і зручні у використанні.

При підготовці схеми програма уміє самостійно змінювати розмір вихідного зображення, зменшувати кількість використовуваних кольорів, підбираючи при цьому відповідні кольори, відповідні кольорам ниток з декількох поширених наборів (наприклад DMC). Схема може бути підготовлена в кольоровому і чорно-білому варіантах.

EmbroidBox – програма, яка автоматично створює схеми для вишивання хрестиком. Виконує розрахунок довжини ниток, підбір відтінків і аналогів ниток від світових виробників, розраховує собівартість матеріалів. Створену схему можна експортувати в графічний файл або відразу роздрукувати.

Досить завантажити програму для створення схем для вишивки хрестом EmbroidBox, завантажити в неї фотографію, малюнок, логотип і запустити процес перетворення. Утиліта виконає всі необхідні операції і видасть користувачеві готову схему вишивки. EmbroidBox поширюється безкоштовно, має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс.

**Портативна Мозаїка** – ця програма підійде для тих, хто любить мозаїчні малюнки. Користувач може використовувати готові набори схем або ж створювати власні, використовуючи простий редактор.



Портативна мозаїка

Portable Утиліта Мозаїка зручна тим, що її навіть не потрібно встановлювати – можна просто цю програму створення схем для вишивки хрестом скачати безкоштовно, відразу ж запустити і приступити до вишивки. Для більшої зручності в додатку передбачений режим нумерації колонок і рядків.

PCStitch Pro – цю програму для створення схем для вишивки хрестом може освоїти кожна людина, що бажає досконало освоїти це заняття. Утиліта PCStitch Pro надає користувачам безліч функцій: створення схеми з будь-якої фотографії або зображення, вибір і розрахунок вартості матеріалів для вишивки, експорт схеми в графічний файл будь-якого формату.

Вишивка Просто. Stitch Art Easy – ця утиліта використовує просунуті алгоритми перетворення зображення в схему, тому результат операції виходить найбільш якісним – з збереженням всіх найдрібніших деталей. Користувачі можуть цю програму для вишивки хрестом завантажити безкоштовно та використовувати для комфортного і швидкого створення схем.

Розповсюдження готових схем для вишивання і комп'ютерних програм, за допомогою яких їх можна створити з будь-якого цифрового зображення, дає більшу свободу майстрині у виборі теми своїх майбутніх творів і в розробці схеми. Так, популярними серед вишивальниць хрестом є програми «Pattern Maker» та «PC Stitch».

Слід відзначити, що лише частина майстринь безпосередньо використовує комп'ютерне моделювання схем для вишивки. Однак доступні нині інформаційно-комунікаційні технології уможливають поступове освоєння навичок використання таких програм, взаємне навчання і допомогу для використання відповідних програм. На сторінках форумів і персональних сайті здійснюється активний обмін схемами авторської розробки і фірмовими схемами.

Так, важливе місце серед записів займають роздуми про вишивку як шлях творчої самореалізації, висловлення власної індивідуальності, як спосіб долучитися до світу добра і краси.

Великий вибір функціональних утиліт дає можливість кожному користувачеві вибрати під свої потреби програми для вишивки хрестом, скачати безкоштовно їх і використовувати в якості робочого інструменту.

Широкому розповсюдженню програм сприяв той факт, що був знайдений спосіб продовження пробного періоду. Сучасні програми для моделювання використовують ресурси мережі Інтернет як засіб віртуальної і реальної комунікації.

Проведена робота показала, що ресурси мережі Інтернет є самостійним важливим джерелом для дослідника сучасного декоративно-ужиткового мистецтва.

### **Список використаних джерел:**

1.Книги з української вишивки та традиційного одягу [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://www.ex.ua/5269518>. –Назва з екрана.

2.Мустафаева Э. И. Значение интернет-развлечений в современном мире / Э. И. Мустафаева, Р. Т. Фазылова// Культура народов Причерноморья. —2012. —№ 225. — С. 48–50.

3.Небдай В. Інтернет як нова технологія передачі інформації / В. Недбай // Сучасна українська політика: Політики і політологи про неї. –Вип.16. –Київ; Миколаїв : Укр. центр політ. менеджменту, 2009 . – С. 274-281.

4.Новые конкурсы в 2014 году: обсуждения, предложения, вопросы и ответы [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www.stitchua.com/forum/index.php>. –Название с экрана.

5.Сидоров М.Інтернет як засіб соціальної комунікації і соціального впливу / Микола Сидоров, Дмитро Табаков // Політичний менеджмент. –2008. –№ 4. –С.119–125.

6. <http://www.pcstitch.com/>

7.[http://zlataya.info/publ/n\\_uch/komp/pm1/17-1-0-211](http://zlataya.info/publ/n_uch/komp/pm1/17-1-0-211)

8.[https://vk.com/topic-48199695\\_28524145](https://vk.com/topic-48199695_28524145)

*Посвятовський Віктор, студент IV курсу спеціальності «Обслуговування програмних систем і комплексів», науковий керівник, викладач комп'ютерних дисциплін Сиротюк О. Б.*

## ДОСЛІДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ ANDROID-ДОДАТКІВ

В зв'язку з шаленим попитом користувачів на використання смартфонів та планшетів на базі мобільних операційних систем, розробка додатків для таких операційних систем стає надзвичайно перспективною. Окремо слід виділити операційну систему на базі Android, що являється найпопулярнішою системою на даний час (Рис.1).

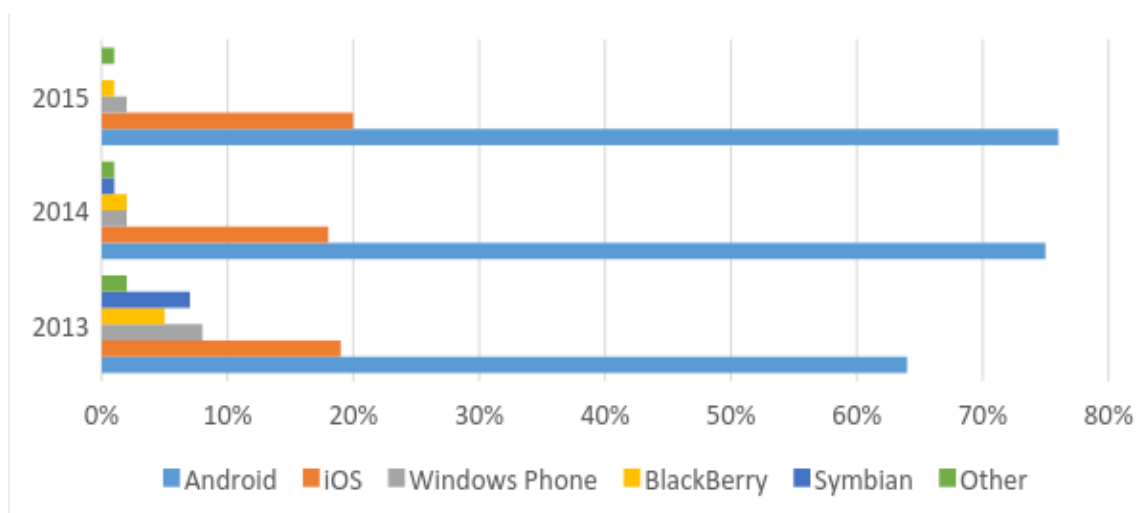


Рисунок 1 - Частка на ринку портативних пристроїв

У статті розглянуто актуальність розробки додатків під ОС Android та інструментальні засоби для їх розробки; переваги та недоліки підходів до розробки; перспективи галузі.

Android – операційна система для смартфонів, інтернет-планшетів, електронних книг, цифрових програвачів, наручних годинників, ігрових приставок, нетбуків, смартбуків, окулярів Google, телевізорів та інших пристроїв. В майбутньому планується підтримка автомобілів і побутових роботів. Заснована на ядрі Linux і віртуальній машині власної реалізації Java від Google. Спочатку розроблялася компанією Android Inc., яку потім

купила Google. Згодом Google ініціювала створення альянсу Open Handset Alliance (ОНА), який зараз займається підтримкою і подальшим розвитком платформи. Android дозволяє створювати Java-додатки, що керують пристроєм через розроблені Google бібліотеки. Android Native Development Kit дозволяє перенести бібліотеки і компоненти додатків, написані на С та інших мовах.

У 86% смартфонів, проданих у другому кварталі 2014 року, була встановлена операційна система Android. При цьому за весь 2014 рік було продано більше 1 мільярда Android-пристроїв (рис 2).

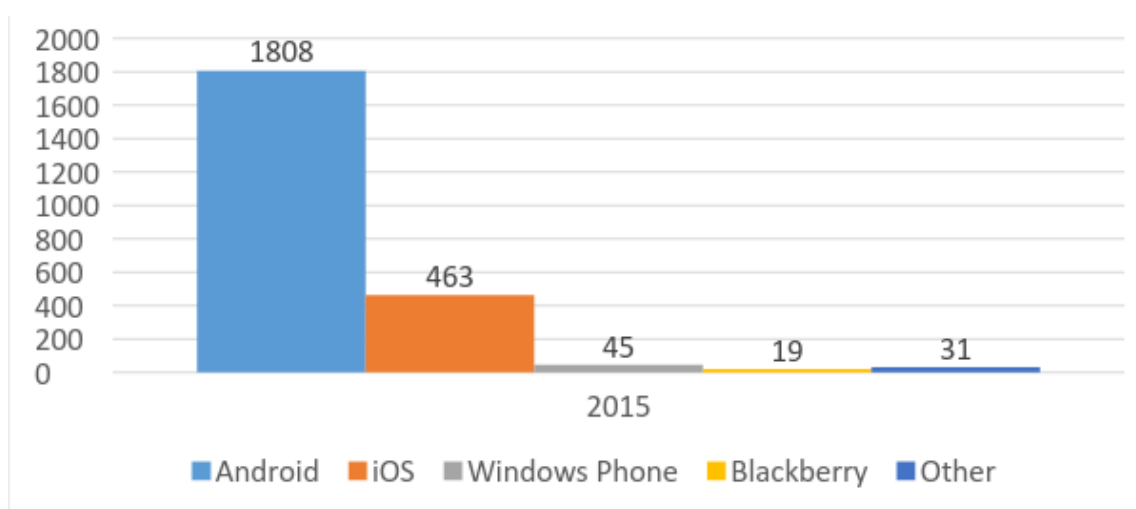


Рисунок 2 - Кількість встановлених операційних систем в млн.шт.

Для розробки Android додатків було створено цілий ряд інструментальних засобів. Інструментальні засоби – комплект засобів розробки, який дозволяє спеціалістам по програмному забезпеченню створювати додатки під операційні системи. Серед інструментальних засобів для розробки Android-додатків актуальними на сьогодні є: Eclipse, Android Studio, AppInventor.

Eclipse – вільний інтегрований набір інструментальних засобів розробки модульних кросплатформних додатків. Розроблявся фірмою IBM, як заміна середовища розробки IBM VisualAge, після чого вихідний код був зроблений повністю доступним. Перевагою Eclipse, як платформи для розробки додатків різного виду, є те, що девелопер може розширювати Eclipse власними модулями, що дає змогу працювати як з Java, так і

FORTRAN. Але, як для інструментального засобу під Android у Eclipse є великий недолік, а саме те, що Android офіційно призупинив підтримку плагіну для розробки в даному середовищі.

Android Studio - це відносно нове середовище розробки Андроїд додатків, що базується на платформі IntelliJ IDEA компанії JetBrains (автори IntelliJ Idea, PhpStorm, AppCode, ReSharper), яка була анонсована на всесвітній конференції Google I/O 2013. Зараз вона знаходиться в стадії активної розробки, апдейти виходять майже кожні 2 тижні. Android Studio доступна на всі основні платформи. Перевагою Android Studio перед іншими середовищами розробки є те, що вона розробляється тою самою корпорацією, що й платформа Android. Це означає більш тісну інтеграцію усіх необхідних функцій, що використовуються в нових версіях Android. Також зручності додає вбудований SDK, що дає можливість з легкістю інтегрувати старі проекти та завантажувати додаткові арі, що не обхідні для роботи з проектом.

Appinventor – інше середовище, розроблене професором Масачусетського технологічного інституту (MIT) Халом Абелсоном в 2010 році. В його основі – той самий принцип перетаскування візуальних «цеглин» та збирання програми з блоків. AppInventor орієнтовано на створення додатків для мобільних пристроїв – смартфонів та планшетів з ОС Android. Він вміє, для прикладу, «розуміти» дані акселерометра мобільного гаджету, управляти вбудованою камерою, бачить як орієнтований телефон в просторі та багато іншого.

AppInventor – це повністю хмарний додаток. Щоб почати програмувати на ньому, потрібно лише інтернет та браузер. Інтерфейс на різних мовах, складається з двох основних частин – дизайнера та редактора блоків.

В дизайнері відбувається лише конструювання нашого додатку з елементів – екранів, кнопок, комірок, зображень, звуків. В той же час, в редакторі блоків відбувається програмування поведінки цих елементів.



На сьогоднішній день, ринок мобільних пристроїв широко розширюється, поступово витісняючи ноутбуки та, подекуди, персональні комп'ютери. Враховуючи, що операційна система Android є найпопулярнішою на даний момент, та в найближчі роки не буде здавати позицій, розробка додатків під дану ОС є одним з найперспективніших напрямків в сучасній ІТ галузі.

Потрібно розуміти, що одним з важливих етапів при початку розробки Android додатків є вибір інструментальних засобів, адже різні засоби можуть розглядати різні підходи до розробки додатків. В наслідок цього, вибір середовища може сформувавши подальший підхід до програмування. На мою думку, найоптимальнішим вибором для розробника-початківця буде Android Studio. Це спричинено тим, що дане середовище є офіційним і поширюється Google; надає класичні засоби для розробки додатків через написання коду. Також Android Studio має в своєму наборі усе необхідне – від середовища написання коду до емулятора Android-пристрою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Голощапов А. Google Android: программирование для мобильных устройств. — СПб.: БХВ-Петербург, 2010. — 448 с. — ISBN 978-5-9775-0562-8.
2. Коматинэни С., Маклин Д., Хэшими С. Google Android: программирование для мобильных устройств = Pro Android 2. — 1-е изд. — СПб.: Питер, 2011. — 736 с. — ISBN 978-5-459-00530-1.
3. Сатия Коматинени, Дэйв Маклин. Android 4 для профессионалов. Создание приложений для планшетных компьютеров и смартфонов = Pro Android 4. — М.: Вильямс. — 880 с. — ISBN 978-5-8459-1801-7.
4. Роджерс Р., Ломбардо Д. Android. Разработка приложений. — М.: ЭКОМ Паблишерз, 2010. — 400 с. — ISBN 978-5-9790-0113-5.
5. Донн Фелкер. Android: разработка приложений для чайников = Android Application Development For Dummies. — М.: Диалектика, 2011. — 336 с. — ISBN 978-5-8459-1748-5.

*Посвятовський Віктор, студент IV курсу  
спеціальності «Обслуговування програмних систем та комплексів»,  
науковий керівник Посвятовська О. Б.*

## **ГЕТЕРОГЕННА АРХІТЕКТУРА ПРОЦЕСОРІВ**

Сьогодні, все більш зростаюча кількість загальнозживаних програм потребує високої продуктивності та енергоефективності комп'ютерних систем, що може бути досягнутим лише через паралельні обчислення. Проблема полягає в тому, що сучасні центральні та графічні процесори були розроблені, як окремі обчислювальні елементи, тому не можуть працювати разом ефективно і є громіздкими для програмування. Кожен з них має окрему пам'ять, вимагаючи від програми розділяти дані між центральним та графічним процесорами і потім поєднувати назад.

**Мета** дослідження — обґрунтувати можливості гетерогенної архітектури процесорів для прискорення роботи програмного забезпечення та проаналізувати її особливості.

На сучасному етапі, в галузі розробки апаратного забезпечення виділяється декілька принципів, яких намагаються дотримуватись. Перший з них - зниження енергозалежності, спричинений тим, що популярності набувають мобільні пристрої, тому серед користувачів важливим параметром є час автономної роботи. В сучасних персональних комп'ютерах зазвичай використовуються два процесора: центральний процесор, що відповідає за обробку математичних та логічних операцій, в той же час для обробки комп'ютерної графіки використовується графічний процесор, що має обмежений набір команд для роботи з текстурами. Такий поділ підвищує ефективність, комп'ютера, але одночасно зменшує його енергоефективність та збільшує його габарити. Також, збільшення енерговитрат процесорів вимагає додаткових енерговитрат на їх охолодження, що має негативні наслідки при функціонуванні великих

масивів процесорів, наприклад, дата-центрів.

Другим принципом є збільшення потужності апаратної складової, оскільки постійно з'являються нові функціональні сервіси. Наприклад, керування пристроями за допомогою голосу та жестів, підтримка високих стандартів щодо якості аудіо та відеозображень, не ведучи мову про використання хмарних сервісів.

Для того, щоб мати змогу реалізувати ці принципи, першочерговим завданням є спрощення роботи розробників програмних продуктів.

Гетерогенна системна архітектура (Heterogeneous System Architecture) була офіційно представлена в 2011 році на AFDS (AMD Fusion Developer Summit), з метою прискорення роботи програмного забезпечення з одночасним використанням графічного процесора (GPU) і CPU. На даний час, на ринку процесорів гетерогенні системи представлені лінійкою APU від фірми AMD. Дана фірма займається випуском процесорів з 1969 року, відома своїми інноваціями, такими, як випуск першого двохядерного процесора серії Athlon, тому логічно, що компанія займається розробкою процесорів на новій, перспективній архітектурі.

Для забезпечення коректної роботи на гетерогенних платформах використовується фреймворк OpenCL (Open Computing Language).

Huma - технологія, яка дозволяє CPU і GPU звертатися до однакових областей пам'яті. Раніше це було неможливо, оскільки CPU і GPU використовували роздільні області пам'яті, до чужих областей доступ був закритий. У разі використання Huma з'являється можливість доступу до одних і тих же областей пам'яті з боку CPU і GPU, копіювання даних більше не потрібно, і такий підхід повинен збільшити продуктивність. Але приріст продуктивності досягається тільки в тому випадку, якщо дана можливість буде явно підтримуватися програмним забезпеченням. За допомогою Huma можна обійти рівні абстракції, такі як OpenCL і Direct Compute, а також програмувати безпосередньо на високорівневої мовою C++.

Зокрема, від нової технології можуть значно виграти програми,

подібні Photoshop, або інші програми загального призначення, пов'язані з процесами виведення графіки або рендеринга. Багато задач даних додатків за допомогою шейдерів можна виконати набагато швидше, ніж через ядра CPU. В такому випадку, програма не буде спиратися тільки на ресурси CPU. В Adobe Photoshop вже використовуються фільтри, які прискорюються через CUDA або OpenCL на відеокарті. Проте не всі фільтри виграють, оскільки, якщо вірити Adobe, процес копіювання даних "з'їдає" перевага по продуктивності, яке дають обчислення на відеокарті.

Технологія hQ дозволяє розподіляти ресурси між CPU і GPU більш "справедливо". Раніше CPU завжди мав пріоритет на GPU при розподілі завдань. І CPU грав основну роль. Знову ж, програмне забезпечення теж має підтримувати hQ, так як розподіл завдань виконується без прямого впливу операційної системи. Так звані черги завдань (Task queues) виконуються в самому додатку в режимі користувача, що дозволяє економити час у порівнянні з підходом використання операційної системи і режиму ядра. Розробники Microsoft пропонують схожий інтерфейс в Petto, а саме C ++ AMP, але він виконується через DirectCompute, і Microsoft практично зупинила розробку.

Стратегія AMD наступна: нехай нинішні APU і здаються менш швидкісними на перший погляд, чим конкуренти, але вони зможуть ефективніше справлятися з деякими завданнями. Знову ж таки, тільки оптимізоване програмне забезпечення зможе скористатися даними потенціалом, і в цьому напрямку AMD сьогодні намагається реалізувати різні технології, співпрацюючи з іншими компаніями на ринку. Як приклад, HSA Foundation - консорціум виробників чіпів і розробників програмного забезпечення з усього світу. До консорціуму входить багато відомих компаній, в тому числі Advanced Micro Devices (AMD) з США, ARM Limited з Великобританії, ARM Qualcomm з США, в тому числі Samsung і MediaTek. AMD і інші члени HSA Foundation обмінюються досвідом і напрацюваннями, що дозволяє оптимізувати чіпи. Також участь

важкоатлетів індустрії спонукає програмних розробників оптимізувати свої продукти під HSA. В свою чергу, HSA Foundation намагається максимально спростити крос-платформену розробку додатків, створюючи інструментарій для розробників, щоб вони могли задіяти можливості архітектури.

Архітектура HSA – це архітектура гетерогенних систем із спільною когерентною пам'яттю для різномірних обчислювальних елементів, підтримкою управління чергами завдань, широкого спектру обладнання та мов високого рівня. Ключовим принципом архітектури HSA є паралелізм обчислень. За словами представників HSA Foundation, характерною рисою даної архітектури є поєднання скалярних обчислень на центральному процесорі, паралельних обчислень на графічних процесорі та оптимізовану обробку сигналів DSP через когерентний доступ до пам'яті.

Велика кількість сучасних комп'ютерних проблем для вирішення потребують більші обсяги пам'яті, ніж ті, що можуть бути забезпечені традиційними відеокартами, не залежно від того, говоримо ми про локальну пам'ять дискретної відеокарти, чи системну пам'ять, що використовується гібридними процесорами. Розбиття програми для багаторазового використання малих секторів пам'яті може вимагати значних затрат при розробці програмного забезпечення і по цій причині велика кількість завдань не виконується на відеокартах. Надаючи доступ пропускнуому двигуну HSA до використання тих самих вивантажуваних віртуальних адрес простору які використовує процесор, дозволяє переносити задачі на систему HSA без надлишкового коду. Це в значній мірі підвищує обчислювальні можливості програм, що використовують великі масиви даних.

HSA – це відкрита платформа. API і специфікації надаються розробником безкоштовно, а сама HSA не залежить від набору інструкцій CPU або GPU.

Для забезпечення сумісності апаратних рішень різних вендорів був

створений свій набір ISA: HSAIL (HSA Intermediate Layer), що забезпечує роботу ПЗ незалежно від того, що знаходиться всередині HSA-рішення. Сам же Intermediate Layer підтримує роботу з винятками, віртуальними функціями, моделями пам'яті сучасних мов, так що ніяких проблем з підтримкою C ++, Java і .Net не передбачається, при цьому розробники можуть як звертатися до «hardware» безпосередньо, так і задіяти готові бібліотеки оптимізації HSA, які мають самостійно розподіляти завдання і впорядковувати спілкування з «hardware», спрощуючи роботу програміста.

Більшість сучасних систем від мобільних пристроїв до суперкомп'ютерів містять ядра CPU і GPU, які окремо добре справляються зі своїми специфічними завданнями, одним з найбільш перспективних шляхів підвищення ефективності їх спільного використання є застосування . В зв'язку з розвитком ринку мобільних пристроїв та планшетних ПК, постійним зростанням вимог до апаратного забезпечення з боку програмних продуктів, постає питання про мінімізацію розмірів ПК при збереженні, а то й збільшенні його продуктивності. Саме через це слід вважати HSA – дуже перспективною архітектурою.

### **Список використаних джерел**

1. Гетерогенная архитектура для CPU, GPU и DSP [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.osp.ru/os/2013/08/13037850/>
2. Гибридные процессоры AMD A-серии[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.asbis.ua/news/suppliers/AMD-a-series-apu>
3. Начало новой эпохи? Обзор архитектуры HSA [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.ferra.ru/ru/system/review/AMD-HSA-architecture/#.VvGrokсXWC4>
4. Опублікована специфікація гетерогенних обчислювальних систем HSA1.0 19 березня 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://supercomputer.com.ua/ua/298-opublikovana-spetsifikatciya-geterogennih-obchislyvalnih-sistem-hsa-10.html>

5. AMD OpenCL™ Zone – Accelerate Your Applications [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://developer.amd.com/tools-and-sdks/opencl-zone/>
6. AMD oficial web site [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.amd.com/en-gb>
7. APU. Wikipedia, the free encyclopedia [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Accelerated\\_processing\\_unit](https://en.wikipedia.org/wiki/Accelerated_processing_unit)
8. Heterogeneous System Architecture или о встрече CPU и GPU [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<https://geektimes.ru/company/amd/blog/266930/>
9. HSA Foundation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hsafoundation.com/>
10. OpenCL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/OpenCL>
11. The open standard for parallel programming of heterogeneous systems [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.khronos.org/opencl/>

УДК 004.42

*Рімашевський Сергій, студент IV курсу спеціальності “Обслуговування програмних систем та комплексів”, науковий керівник Павлюс В. П.*

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ОНЛАЙН СЕРВІСУ ДЛЯ ФРІЛАНСЕРІВ**

Слово *фрілансер* (англ. *freelancer*) складено з двох слів: *free* – вільний та *lance* – спис. В середні віки фрілансерами називали воїнів, що воюють за наймом, тому дослівно *freelancer* перекладається як "вільний списоносець", але в переносному значенні часто вживається переклад "вільний художник", "вільний найманець") – людина, що виконує роботу без укладання довгострокового договору з роботодавцем, наймана для виконання лише певного переліку робіт.

Студенти коледжів та вищих навчальних закладів повинні виконувати

певні завдання згідно навчальній програмі. Але в програмі можуть зустрічатися завдання, які студент може не розуміти, або просто не мати часу на їх виконання. Залучення фрілансерів до виконання певних завдань програми допоможе уникати таких ситуацій.

На сьогоднішній день сучасні комп'ютерні технології увійшли у наше життя надзвичайно тісно, а Інтернет став головним джерелом інформації. Для вирішення своїх питань люди все частіше використовують саме його.

Мета - реалізувати онлайн-сервіс для фрілансерів, який виступатиме посередником між замовниками та виконавцями завдань.

Користувач може зареєструватися/авторизуватися на сайті і додати завдання на нього. Завдання буде видно всім користувачам сайту. Якщо той чи інший користувач знає, як виконати завдання, то він може взятися за його реалізацію. За правильне виконання завдання користувачу-розробнику будуть нараховані бали, які він зможе використати для замовлення власних завдань для виконання іншими користувачами.

Функції сайту:

- реєстрація користувача;
- авторизація користувача;
- відновлення паролю користувача;
- підтвердження реєстрації через електронну пошту;
- додавання нового завдання на сайт;
- завантаження зображення (якщо потрібно) до завдання;
- зміна зображення профілю;
- зміна мініатюри зображення профілю;
- виконання завдання, доданого іншим користувачем;
- чат між замовником та виконавцем;
- пошук завдання;
- сортування списку завдань за кількома параметрами.

Для швидкої взаємодії з користувачем сайту без перезавантаження сторінки та обробки введених ним даних була обрана технологія AJAX.



Сторінки сайту:

- головна сторінка - додані завдання всіх користувачів;
- сторінка «Входу» - форма входу та реєстрації користувачів;
- сторінка «Завдання» - додані завдання певного користувача;
- сторінка «Допомога» - відповіді на питання по сайту;
- сторінка «Налаштування» - налаштування акаунту користувача;
- сторінка «Контакти» - контакти розробників;
- сторінка «Зворотній зв'язок» - форма зворотнього зв'язку.

Для розробки дизайну було обрано фреймворк Twitter Bootstrap. Фреймворк – це програмна платформа, яка визначає структуру програмної системи; програмне забезпечення, що полегшує розробку і об'єднання різних компонентів великого програмного проекту. Bootstrap використовує адаптивний дизайн.

Адаптивний (англ. *responsive*) дизайн – дизайн веб-сторінок, що забезпечує оптимальне відображення та взаємодію сайту з користувачем незалежно від роздільної здатності екрану та формату пристрою з якого здійснюється переглядання сторінки.

Таблиці бази даних сайту сайту:

- завдання;
- додатки до завдань;
- розв'язки;
- додатки до розв'язків;
- користувачі;
- чат;
- відгуки користувачів.

Результатом виконання наукової роботи є web-сервіс, за допомогою якого студенти будь-яких навчальних закладів зможуть виконувати завдання в своїй сфері діяльності і заробляти бали, які потім зможуть використати для замовлення виконання власних завдань.

Користувацький інтерфейс сайту адаптований для перегляду на різних

пристроях: від моніторів комп'ютерів до планшетів та смартфонів.

Сайт знаходиться на стадії alpha-тестування і готовий до реального застосування найближчим часом.

### **Список використаних джерел:**

1. Джейсон Кренфорд Тиге - DHTML и CSS для Internet / Д. Кренфорд // «НТ Пресс», – 2005. — 520 с.
2. Елізабет Кастро - HTML и CSS для создания Web-страниц / Е. Кастро // «НТ Пресс», 2006. — 144 с.
3. Артем Ломов — HTML, CSS, Скрипты: практика создания сайтов / Ломов А. Ю. // «БХВ-Петербург», – 2006. – 416 с.
4. Ігор Квінт - HTML, XHTML и CSS на 100% / Квінт І. // «БХВ-Петербург», – 2010. - 448 с.
5. Денис Колісніченко - PHP 5/6 и MySQL 6. Разработка Web-приложений / Д. Колісніченко // «БХВ-Петербург», – 2011. - 528 с.
6. Скотт Мітчелл - Секреты Web-дизайна / С. Мітчелл // «НТ Пресс», 2007. – 224 с.
7. Bootstrap. The world's most popular mobile-first and responsive front-end framework [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://getbootstrap.com/>.
8. jQuery [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://jquery.com/>.
9. jQuery.ajax() | jQuery API Documentation [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://api.jquery.com/jquery.ajax/>.



