

3, с. 33

Інститут наукового прогнозування
Кримський інститут економіки та
господарського права (Севастопольська філія)
ТОВ „ТК Меганом”

Україна наукова

**Матеріали третьої
всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції
20 – 22 грудня 2007 року**

частина 2

Київ 2007

Вплив кольору на людину прийнято підрозділяти на дві складові — культурну і фізіологічну. Культурна складова — величина перемінна, мінлива в залежності від етнічних особливостей. Наприклад, в Америці, як і в нас, червоний колір означає любов. В Китаї той же червоний асоціюється з добротою, святом, в Індії — з життям. Для американців жовтий колір — це колір процвітання, для нас — розлуки й одночасно сонячності, для сирійців — жалоби, для індусів — пишноти, для бразильців — розпачу. Зелений колір і в нас, і в Америці асоціюється з надією, у Китаї — з розкішшю, в Індії — зі світом і надією. Блакитний колір в Америці означає віру, в Індії — правдивість, у Китаї — жалобу. Фіолетовий колір для індусів і бразильців — колір суму, а для індусів — розради. Білий колір в Америці символізує чистоту і мир, в Європі — молодість, у Китаї — підлість, небезпеку. Чорний колір в американців асоціюється зі складною ситуацією, у китайців — з чесністю. (2)

При розробці рекламної компанії слід враховувати культурні, етнічні особливості народу. Адже якщо певна реклама є ефективною в одній країні, зовсім не означає, що вона так само позитивно буде сприйнята у іншій.

На відміну від культурної, фізіологічна складова є незалежною від етнічних особливостей і визначається винятково реакцією нервової системи на колір. Теплим, яскравим кольорам властиво підвищувати тонус, викликати приплив активності, а спокійним, холодним, навпаки діяти заспокоїливо. В сучасному світі, де пропагується рівноправ'я жінок та чоловіків, необхідно адаптувати кольорову гамму реклами до статі цільової аудиторії, іншими словами, враховувати гендерні особливості.

Сприйняття кольору у чоловіків і жінок визначається шістьма факторами. (2) Першим і найважливішим є емоційний комфорт. Адже якщо для чоловіків емоційний комфорт — це насамперед, краса, привабливість, сила, надійність і користь, то для жінок — це привабливість, радість, доброта і заспокоєння. Інакше кажучи, перші акцентують увагу на візуальних і раціональних характеристиках, а другі — на психологічному комфорті. На другому місці у чоловіків зорова форма, а у жінок — динаміка сенсорних відчуттів. (Чоловіки ж динаміці віддали четверте місце.) Третє місце обидві групи респондентів віддали теплоті колірнього тону. П'яте місце і ті, і інші віддали новизні. Тільки для чоловіків новизна — це щось позитивне, а для жінок — скоріше негативне, небезпечне. Отже, робимо висновок, що для чоловічого сприйняття важливі такі фактори, як безпека і зорова форма, а для жінок вони є другорядними. І навпаки, два фактори — довіра і динаміка сенсорних відчуттів, що надзвичайно важливі для жінок, для чоловіків не є першочерговими.

Взагалі, сприйняття кольору в остаточному підсумку визначається безліччю факторів, тому певних універсальних, що підходять для усіх випадків життя, принципів розробки кольорової реклами немає. Але існує кілька правил, вивірених багаторічним досвідом практиків рекламного бізнесу.

1. У рекламі небажано використовувати більше двох різних кольорів: надто строката картинка може викликати «перевантаження» і, як наслідок, відторгнення рекламованого зразка. Але урізноманітнити рекламу спорідненими відтінками навіть рекомендується, оскільки в цьому випадку виникає приємне для ока відчуття колірної послідовності.

2. Обидва з використаних кольорів повинні бути або основними, або додатковими. Наприклад, червоний прекрасно сполучається з білим і погано — з рожевим, тоді як рожевий приємний в сполученні з блакитним.

3. Для посилення колірнього контрасту можна використати взаємодоповнюючі кольори, наприклад, червоний і зелений, синій і жовтогарячий, жовтий і фіолетовий. (При цьому не варто забувати, що сполучення жовтого з фіолетовим асоціюється з трагедійним сприйняттям життя, зі сприйняттям людини, що стоїть на межі самогубства.)

4. Фон рекламного модуля і фігура, зображена на цьому фоні, повинні бути добре помітні. Фігура має бути яскравішою за фон, інакше реклама не здійснить бажаного ефекту.

5. Кольорова гамма рекламного звернення не повинна викликати негативних емоцій. З цієї причини не рекомендується прибігати до натуралістичного зображення ран, смерті хоча, на перший погляд, це і може здатися доречним.

Психологія допомагає розробити таку рекламу, щоб не просто впливати на людський розум, але і, що саме головне, на почуття. Колір є найпростішим засобом привертання уваги, і, одночасно, найсильнішим подразником. На жаль, багато українських рекламистів продовжують відноситись до кольору як до другорядного елементу, і частіше віддають перевагу власним уподобанням, ніж звертаються до психології кольору. Колір — це елемент, який за професіонального використання може забезпечити надзвичайну ефективність реклами, і як наслідок покращити фінансовий стан підприємства.

Література:

1. Мокшанцев Р.И. Психологія реклами. - М.: "Инфра-М", 2000.
2. <http://vodka.com.ua/articles/other/874.htm>
3. <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=720&page=&show=all>

Шарапа І. С.

Рівненський державний гуманітарний університет

ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ СВІТУ У СВІДОМОСТІ ЛЮДИНИ

У статті йдеться про образ світу та вплив різних чинників, зокрема, мови, що має знакову природу, на його формування у свідомості людини. Мова розглядається одночасно як знак та відображення. Ми живемо в цьому „знаковому” світі. І без нашої думки, нашого відображення світу, нашої дії світ був би зовсім іншим.

Ключові слова: знакова система, образ світу, мова, соціум, особистість, культура, слова, картина світу, народ, людина, свідомість, переживання, самоспостереження, комунікація, інформація, діалог.

Людина не може жити й розвиватися, не створивши — обов'язково за допомогою якої-небудь знакової системи — образ оточуючого її світу. Найчастіше в якості такої системи виступає природна мова.

Слово образ тут вжите для того, аби підкреслити, що людина має справу не з копією світу: вона завжди перетворює вхідні сигнали, адаптуючи їх до своїх потреб. Індивід неповторний як біологічна та психологічна особина, але він народжується в уже готовий світ.

Кожна культура має свій образ світу. Зрозуміти його завжди непросто. Зазвичай ми не помічаємо культурної моделі світу, відображеної в рідній мові. Ми поведимося з нею як з єдиною правильною, подібно до того, як не помічаємо повітря, яким дихаємо. Образ світу, втілений в чужій культурі, можна побачити через призму нерідної мови.

Фрумкіна Р.М. говорить: „Якщо ми вдумуємося в те, наскільки багатоманітні відносини мови і культури, то зрозуміємо, що наука про мову — важлива складова науки

про людину як про мислячу істоту” [12, с.87]. Навіть якщо ми думаємо „без слів”, то тільки після того, як уже оволоділи словами. І розповіді, про що саме ми думаємо і як ми думаємо, ми можемо тільки за допомогою слів. „Все, що культурно значиме, в мові виражене” [12, 88]. Тому в мовах північних народів є десятки слів для розрізнення різних видів снігу і льоду, в мовах мешканців гір – багато слів, що відображають деталі рельєфу.

Іноді ми дивуємося, що в чужій мові чогось „нема”. Як правило, це відбувається тому, що ми думаємо про чужу культуру термінами власної культури і відповідно про чужу мову – категоріями рідної мови. Разом з тим деякі поняття чи відношення можуть бути несуттєвими для даної культури. Ми повинні вийти „за межі безпосередньо даної інформації” (висловлювання Дж. Брунера), відкинути все несуттєве для нас і залишити тільки ту частину інформації, яка нам потрібна для виконання особистого завдання [4, с.68]. Гумбольдт вважав мову „проміжним світом”. Цей „проміжний світ” знаходиться між народом та оточуючим його об’єктивним світом. Ось як учений висловився з цього приводу: „Кожна мова описує навколо народу, якому вона належить, коло, за межі якого можна вийти лише в тому випадку, якщо вступаєш в інше коло” [7, с.36].

Ідеї Гумбольдта про те, що мова визначає відношення людини до об’єктивної дійсності, перетворює зовнішній світ у власність духу розвивали такі вчені, як Л. Вітгенштейн, Л. Вайсгербер, Й. Трір, П. Хартман, Є. Касіпер. Вони вважали, що поняття – це не відображення об’єктивної дійсності, а продукти символічного пізнання, тобто пізнання, обумовленого словесними знаками, символами. Мова визначає мислення, перетворює оточуючий світ в ідеї, „вербалізує” їх. При цьому вони стверджують, що мова обмежує пізнавальні можливості свідомості: „Кордони моєї свідомості окреслені моєю мовою” (Вітгенштейн) [3, с.26].

Що ж стосується мови, то Бодуен де Куртене вважав, що вона базується на „комунікативному характері людини і її потребі втілювати свої думки у відчутні продукти власного організму та повідомляти їх особам, собі подібним, тобто іншим людям” [3, с.27].

Образ світу, якщо дивитися з точки зору сучасних психологів, розглядається як відображення в психіці людини предметного світу, опосередковане предметними значеннями і відповідними когнітивними схемами та піддається свідомій рефлексії.

Бахтін М.М. стверджує, що необхідно „включити „внутрішній досвід” в єдність об’єктивного зовнішнього досвіду” [2, с.75]. Суб’єктивній психіці належить дійсність внутрішньої психіки, дійсність знака. Поза знаковим матеріалом немає психіки, немає об’єктивного світу. Тому внутрішню психіку не можна аналізувати як річ, а можна лише розуміти і тлумачити як **знак**” [2, с.75].

Знаковим матеріалом психіки, перш за все, є слово. Правда, внутрішнє мовлення переплітається з масою інших рухових реакцій, що мають знакову природу. Все ж основою, кістяком внутрішнього життя є слово. Виключення слова до крайньої межі знизило б психіку, виключення всіх інших виражальних рухів взагалі б її згасило.

У своєму чистому вигляді внутрішній знак, тобто переживання, існує лише для самоспостереження (інтроспекції). При правильному розумінні психіки і самоспостереження останнє, як вважає Бахтін М.М., не порушує єдності внутрішнього й об’єктивного досвіду. Внутрішнє мовлення могло би й зазвучати. Самоспостереження як таке рухається в напрямку від внутрішнього до зовнішнього знака. Воно має виражальний характер [2].

Розуміння будь-якого знака, як зовнішнього, так і внутрішнього, здійснюється у нерозривному зв’язку зі всією ситуацією існування даного знака. Ця ситуація і при самоспостереженні подається як сукупність фактів зовнішнього досвіду, що коментує даний внутрішній знак. Ця ситуація завжди є соціальною. „Орієнтація у власній душі (самоспостереження) реально невіддільна від орієнтації в даній соціальній ситуації переживання” [10, с.78]. Тому будь-яке занурення в самоспостереження можливе лише в нерозривному зв’язку із зануренням в розуміння соціальної орієнтації.

У слові, в кожному висловлюванні, яким би воно не було примітивним, завжди, знову і знову втілюється живий діалектичний синтез зовнішнього та внутрішнього. В кожній висловленій фразі суб’єктивне переживання приховується в об’єктивному факті сказаного слова, а сказане слово суб’єктивується в акті розуміння, щоб рано чи пізно породити репліку у відповідь.

Кожен з нас, сприймаючи світ через образ світу, постійно переносить світле поле уваги з одного предмета на інший. Таким чином, в нашому образі світу, точніше в тому його ситуативному фрагменті, з яким ми в даний момент маємо справу, весь час „висвітлюється” окремий предмет, а потім увага і свідомість переключасться на інший – і так безкінечно. Але це безперервне перемикання свідомості з одного предмета на інший передбачає одночасно перехід предмета (його означеного образу) з одного рівня усвідомлення на інший. Леонтьєв А.А. писав: „В моїй свідомості існує те, що є об’єктом усвідомлення, і те, що знаходиться на рівні свідомого контролю” [8, с.269]. Таким чином, рух свідомості в образі світу має стереометричний характер. Свідомість має глибину. Образ світу багатовимірний, як багатоманітний і сам світ.

Але образ світу може бути не включеним в безпосереднє сприйняття світу, а повністю рефлексивним, відокремленим від наших дій у світі, зокрема сприймання. Такий образ світу може бути ситуативним, тобто фрагментарним. Наприклад, так можна охарактеризувати роботу пам’яті чи уваги. Але він може бути й позаситуативним, глобальним: тоді це образ цілісного світу, свого роду схема світобудови. Такий образ світу за своїм змістом завжди усвідомлений, рефлексивний, але глибина його осмислення, рівень рефлексії можуть бути різними. Граничний рівень такої рефлексії відповідає науковому та філософському осмисленню світу.

Леонтьєв вважав, що „мова є системою орієнтирів, необхідних для діяльності в цьому речовому і соціальному, одним словом – предметному, світі”. Відповідно засвоєння нової мови розглядається як перехід на новий образ світу, необхідний для взаєморозуміння та співробітництва з носіями іншої мови та іншої культури. „Щоб мова могла слугувати засобом спілкування, вона повинна передбачати єдине розуміння реальності. І навпаки: єдність розуміння реальності і єдність та узгодженість дій в ній мають своєю передумовою можливість адекватного спілкування” [8, с.272].

Поки що ми залишалися в межах індивідуально-особистісного бачення світу людиною, опосередкованого особистісно-смысловими утвореннями і перш за все – особистісними смислами як такими. Але поряд з індивідуальними характеристиками ці особистісно-смыслові утворення мають і деяку культурну „серцевину”, єдину для всіх членів соціальної групи чи спільноти і зафіксовану в понятті „значення” на відміну від особистісного смислу. Іншими словами, можна поряд з індивідуальними варіантами говорити про систему інваріантних образів світу, абстрактних моделей, що описують загальні риси в баченні світу різними людьми. Такий інваріантний образ світу безпосередньо співвідноситься із значеннями та іншими соціально виробленими опорами, а не з особистісно-смысловими утвореннями як такими.

З теоретичної точки зору таких інваріантних образів світу може бути скільки завгодно – все залежить від соціальної структури суспільства, культурних та мовних розбіжностей в ньому і т. д. Останнім часом виникло навіть поняття „професійного образу світу”, формування якого є одним із завдань навчання спеціальності.

Образ світу пов'язаний з діяльністю, але не лише операційними зв'язками. Не варто забувати, що „будівельним матеріалом” для образу світу є не безликі соціалізовані значення, а особистісні смисли як кристалізація відношення людини до світу (О.Н. Леонтьєв) [8]. З іншого ж боку, як стверджує Г.А. Асмолов, будь-який акт діяльності має мотиваційну детермінацію, є ієрархією установок [1]. Та й взагалі „діяльність може направлятися надситуативною активністю суб'єкта” (В.А. Петровський) [8, с.279].

Таким чином, між образом світу (якщо розуміти його як частину свідомості особистості, як висловився О.Н. Леонтьєв) та реальними вчинками людини стоїть – особистість. „Вона є згустком життя, продуктом його кристалізації у формі суб'єкта – суб'єкта, що завжди несе в собі свою історію, свою реальну біографію” (О.Н. Леонтьєв) [9, с.200].

Людина входить у світ діяльністю, особистісно опосередкованою системою вчинків, що визначають розвиток її особистості і формують сам світ. І психологія повинна усвідомити, що замість „науки про людину, що постійно змінюється у мінливому світі, ... науки про діяння творчої особистості”, вона стала наукою „про діяльність обмеженої свідомості” [8, с.13]. Такою наукою виявилась і її важлива складова – психолінгвістика.

Один з найцікавіших психологів сучасності, Віктор Франкл, сказав у своїй основній книзі: „Якщо людина хоче прийти до самої себе, її шлях лежить через світ” [с. 120]. Мова і є її провідником у цьому світі по дорозі до себе.

Література:

1. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. – М., 1996. – 236с.
2. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. – М., 1986. – 224с.
3. Белянин В.П. Психолінгвістика. – М.: Флинта, 2004. – 226с.
4. Брунер Дж. Психология познания: За пределами непосредственной информации: Пер. с англ. – М., 1977. – 298с.
5. Величковский Б.М. Функциональная организация познавательных процессов. Автореф. дисс. ... докт. психол. наук. – М., 1987. – 34с.
6. Гийом Г. Принципы теоретической лингвистики. – М., 1990. – 198с.
7. Гумбольдт В. Избранные труды по общему языкознанию. – М., 1984. – 196с.
8. Леонтьев А.А. Основы психолінгвистики. – М.: Смысл, 1999. – 288с.
9. Леонтьев А.Н. Философия психологии. – М., 1994. – 284с.
10. Общая психолінгвістика. Хрестоматія. – М.: Лабиринт, 2004. – 315с.
11. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М., 1990. – 318с.
12. Фрумкина Р.М. Психолінгвістика. – М.: Академа, 2003. – 316с.

Веленчук А.І.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК ОДИН З ВИДІВ КОНТРОЛЮ ЗА ЗБЕРЕЖЕННЯМ ТВАРИН НА ВИРОЩУВАННІ ТА ВІДГОДІВЛІ

Галузеві особливості сільського господарства суттєво впливають на організацію і технологію виробництва, і відповідно на побудову бухгалтерського обліку. До таких специфічних об'єктів обліку, яких немає жодна галузь народного господарства відносяться тварини на вирощуванні та відгодівлі.

В процесі вирощування молодняка та відгодівлі худоби, в стаді тварин відбуваються зміни. Збільшується поголів'я тварин за рахунок одержання приплоду в своєму господарстві, за рахунок придбання худоби в інших господарствах та у громадян. Тварини ростуть, переходять із однієї вікової групи в іншу, збільшують свою живу масу, а відповідно і вартість. Всі ці процеси повинні знаходити своє відображення в бухгалтерському обліку і, як наслідок, повинні контролюватись.

Необхідними передумовами здійснення контролю за збереженням молодняка тварин, птиці і тварин на відгодівлі є: перевірка чисельності тварин та їх обов'язкове зважування при визначенні приросту, прийманні та відпуску; проведення контролю за своєчасним і правильним веденням обліку поголів'я на фермах; встановлення переліку осіб і укладання з ними договорів про повну матеріальну відповідальність, якщо вони відповідають за приймання і відпуск тварин, їх зважування, правильне та своєчасне оформлення цих операцій, а також збереження закріплених за ними тварин; звільнення та переміщення таких осіб тільки за згодою головного бухгалтера.

Одним із передових методів контролю за збереженням тварин на вирощуванні та відгодівлі є систематичне проведення інвентаризації з метою недопущення втрат поголів'я та маси.

Інвентаризація – перевірка матеріальних цінностей і наявності грошових ресурсів з метою виявлення розбіжностей між даними обліку і фактичним станом фінансів з метою усунення помилок.

Інвентаризація молодняка тварин, худоби на відгодівлі, кролів, звірів, піддослідних тварин та птиці проводиться щомісяця, а в спеціалізованих підприємствах з промисловими методами виробництва, де птиця утримується в широкогобаритних пташниках, в безвіконних приміщеннях з регульованим мікрокліматом тощо – один раз на рік станом на 31 грудня звітного року. Інвентаризацію бджоло-сімей здійснюють не менше двох разів на рік (весною – не пізніше 10 квітня – та восени, як правило, – 1 жовтня).

Для проведення інвентаризаційної роботи потрібно розпорядчим документом керівника створити постійно діючу інвентаризаційну комісію у складі керівників структурних підрозділів, головного бухгалтера, інших досвідчених спеціалістів господарства, які добре знають об'єкт інвентаризації. Комісію очолює керівник підприємства або його заступник. На підприємствах, де через великий обсяг робіт проведення інвентаризації не може бути забезпечено однією комісією, для безпосереднього проведення інвентаризації у місцях знаходження тварин та птиці створюють робочі інвентаризаційні комісії. Треба зазначити, що забороняється

ЗМІСТ

ПРАВО

Арич К.І., Ропчан Я.В. ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ЗА СТАТЕВОЮ ОЗНАКОЮ	1
Верченко В. П. ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ СПЕЦІАЛІСТІВ ДО РОЗСЛІДУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ЗЛОЧИНІВ	3
Височина О. В. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВВЕДЕННЯ ПОНЯТТЯ "ТРУДОВА ФУНКЦІЯ"	5
Габрелян А. Ю., Стороженко С. В. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА: ПРОБЛЕМИ БОРОТЬБИ З КІБЕР- ТЕРОРИЗМОМ	6
к.юр.н. Кофанов А.В. АВТОМАТИЗОВАНА ДАКТИЛОСКОПІЧНА УНІВЕРСАЛЬНА ПОШУКОВА СИСТЕМА «КАЛИНА»	8
к. юр. н. Кофанов А.В. ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТ КРИМІНАЛІСТИЧНИХ ОБЛІКІВ ТА РЕЄСТРАЦІЇ	12
к.юр.н. Кофанов А.В. АВТОМАТИЗОВАНА ДАКТИЛОСКОПІЧНА ІДЕНТИФІКАЦІЙНА СИСТЕМА «СОНДА»	15
Момотенко Т. Д. ДЕЯКІ ПОНЯТТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «НАРКОБІЗНЕС»	17
Паламарюк О. І., Гайсенюк К. В. ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА, ЯКЕ РЕГУЛЮЄ ВИРІШЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТРУДОВИХ СПОРІВ В УКРАЇНІ	19
Пружанська Т. П. ДЕЯКІ ПИТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ОМБУДСМЕНІВ В УКРАЇНІ	20
Рідош Н.Р. ЗАКОНОДАВЧІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАХОДИ В БОРОТЬБИ З ТОРГІВЛЕЮ ЛЮДЬМИ	22

Третяк С. М. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ	24
--	----

ПСИХОЛОГІЯ

к. психол. н. Переверзева В.М. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТИПІВ ОСОБИСТОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНИХ ІНТЕРЕСІВ В РАННІЙ ЮНІСТІ	26
Погрібна А.О. ВПЛИВ ШКІЛЬНОЇ ТРИВОЖНОСТІ НА МОТИВАЦІЮ ДОСЯГНЕННЯ УСПІХУ В МОЛОДШОМУ ШКІЛЬНОМУ ВІЦІ	29
Романовська Л.О., Чаплінський Ю.Б. ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ У РЕКЛАМІ	31
Шарапа І. С. ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ СВІТУ У СВІДОМОСТІ ЛЮДИНИ	33

СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО

Веленчук А.І. ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, ЯК ОДИН З ВИДІВ КОНТРОЛЮ ЗА ЗБЕРЕЖЕННЯМ ТВАРИН НА ВИРОЩУВАННІ ТА ВІДГОДВЛІ	37
Дісяк О.П. СТРАХУВАННЯ МАЙНА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	39
Моторна Р.В. ПРОБЛЕМА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ У ФУНКЦІОНУВАННІ ТЕПЛИЦЬ	40

СОЦІОЛОГІЯ

Маковій В. І. ЕНТОСОЦІАЛІЗАЦІЯ У КОНТЕКСТІ ВІДРОДЖЕННЯ НАЦІЇ	42
--	----

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Гуменюк Н.В., Солов'єв Д.И., Головка Г.Н. ОПТИМІЗАЦІЯ РАБОТЫ АИС «УЧЕТ НАЛОГОВ И ПЛАТЕЖЕЙ»	44
к.т.н. Николенко В. Л., Семенова И.Л. ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	46