



МІНІСТЕРСТВО  
ОСВІТИ І НАУКИ  
УКРАЇНИ



## СИНЕРГІЯ НАУКИ І БІЗНЕСУ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

### МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**24-26**  
**КВІТНЯ**  
**2024**

**ТОМ**  
**1**

- ХЕРСОНЬСЬКА ОБЛАСНА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ
- ХЕРСОНЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- ХЕРСОНЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- ХЕРСОНЬСЬКА ДЕРЖАВНА МОРСЬКА АКАДЕМІЯ
- КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
- ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
- НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ "ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА"
- АСОЦІАЦІЯ АЗОВО-ЧОРНОМОРСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ УКРАЇНИ
- UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ, LUBLIN, POLAND
- BIALYSTOK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY, BIALYSTOK, POLAND
- JAGIELLONIAN UNIVERSITY, KRAKOW, POLAND
- HAMBURG UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, HAMBURG, GERMANY
- ХЕРСОНЬСЬКА ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА
- ГО "ПРОГРЕСИЛЬНІ"

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
ХЕРСОНСЬКА ОБЛАСНА ВІЙСЬКОВА АДМІНІСТРАЦІЯ  
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХЕРСОНСЬКА ДЕРЖАВНА МОРСЬКА АКАДЕМІЯ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
АСОЦІАЦІЯ АЗОВО-ЧОРНОМОРСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ УКРАЇНИ  
UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ, LUBLIN, POLAND  
BIALYSTOK UNIVERSITY OF TECHNOLOGY, BIALYSTOK, POLAND  
JAGIELLONIAN UNIVERSITY, KRAKOW, POLAND  
HAMBURG UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, HAMBURG, GERMANY  
ХЕРСОНСЬКА ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА  
ГО «ПРОГРЕСИЛЬНІ»

## **СИНЕРГІЯ НАУКИ І БІЗНЕСУ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

**МАТЕРІАЛИ**  
II Міжнародної науково-практичної конференції  
24–26 квітня 2024 року

**У трьох томах**

**ТОМ 1**

Одеса • 2024 • Олді+

**Редакційна колегія:**

- ЧЕПЕЛЮК Олена Валеріївна – ректор Херсонського національного технічного університету, доктор технічних наук, професор;
- БЕНЬ Андрій Павлович – проректор з науково-педагогічної роботи Херсонської державної морської академії, кандидат технічних наук, професор;
- БЕРЕГОВА Галина Дмитрівна – професор кафедри загальноосвітніх гуманітарних та природничих дисциплін Херсонського національного технічного університету, доктор філософських наук, професор;
- БІЛИК Анна Анатоліївна – доцент кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету, кандидат мистецтвознавства, доцент;
- ГРИГОРОВА Анжела Анатоліївна – завідувач кафедри комп'ютерних систем та мереж Херсонського національного технічного університету, кандидат технічних наук, доцент;
- ДМИТРИЄВ Дмитро Олексійович – в.о. завідувача кафедри автоматизації, робототехніки і мехатроніки Херсонського національного технічного університету, доктор технічних наук, доцент;
- ЄВТУШЕНКО Валентина Вікторівна – завідувач кафедри товарознавства, стандартизації та сертифікації Херсонського національного технічного університету, кандидат технічних наук, доцент;
- ЗАХАРЧЕНКО Раїса Миколаївна – доцент кафедри програмних засобів і технологій Херсонського національного технічного університету, кандидат технічних наук, доцент;
- ЛАВРЕНКО Сергій Олегович – проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності Херсонського державного аграрно-економічного університету, кандидат сільськогосподарських наук, доцент;
- ЛУБ'ЯНИЙ Павло Вікторович – завідувач кафедри транспортних систем і технічного сервісу Херсонського національного технічного університету, кандидат технічних наук, доцент;
- НАБОКА Руслан Миколайович – завідувач кафедри менеджменту, маркетингу і туризму Херсонського національного технічного університету, кандидат економічних наук, доцент;
- ПОНОМАРЕНКО Лариса Валентинівна – в.о. завідувача відділу з навчально-наукової роботи і міжнародної діяльності Херсонського національного технічного університету;
- РУДАКОВА Ганна Володимирівна – професор кафедри автоматизації, робототехніки і мехатроніки Херсонського національного технічного університету, доктор технічних наук, професор;
- САЛСБА Людмила Володимирівна – завідувач кафедри хімічних технологій, експертизи та безпеки харчової продукції Херсонського національного технічного університету, кандидат технічних наук, доцент;
- СІДЕЛЬНИКОВА Лариса Петрівна – завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування Херсонського національного технічного університету, доктор економічних наук, професор;
- ТИМЧЕНКО Надія Миколаївна – вчений секретар Херсонського національного технічного університету, кандидат економічних наук, доцент;
- ФІЛІППОВА Вікторія Дмитрівна – в.о. завідувача кафедри державного управління і місцевого самоврядування Херсонського національного технічного університету, доктор наук з державного управління, професор;
- ШАНДОВА Наталія Вікторівна – в.о. завідувача кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки Херсонського національного технічного університету, доктор економічних наук, професор.

*Автори опублікованих тез несуть повну відповідальність за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел та посилання на них та за всі інші відомості.*

**Синергія науки і бізнесу у повоєнному відновленні регіонів України :** матеріали  
С38 II Міжнародної науково-практичної конференції (ХНТУ, 24–26 квітня 2024 року)  
у 3-х т. ; Т. 1 / за ред. О. В. Чепелюк. – Одеса : Олді+, 2024. – 514 с.

**Synergy of science and business in the post-war restoration of Ukrainian Regions :**  
proceedings of the II International scientific-practical conference (KNTU, 24–26 april  
2024) in 3 vols. ; Vol. 1 / edited by O. V. Chepelyuk. – Odessa : Oldi+, 2024. – 514 p.

ISBN 978-966-289-908-5

ISBN 978-966-289-909-2 (Т. 1)

У збірнику представлено матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «СИНЕРГІЯ НАУКИ І БІЗНЕСУ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ», том 1, яка проходила 24–26 квітня 2024 року на базі Херсонського національного технічного університету.

УДК 001.83+332.1(477)

ISBN 978-966-289-908-5

ISBN 978-966-289-909-2 (Т. 1)

© Херсонський національний технічний університет, 2024



УДК 7.012

**Васильєв Олександр Сергійович***аспірант факультету дизайну***Васильєва Олена Сергіївна***к.т.н., доцент, завідувач кафедри мультимедійного дизайну,  
Київський національний університет технологій та дизайну*

## **НАЦІОНАЛЬНА СИМВОЛІКА В ЗНАКАХ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ВЕБ-САЙТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ**

**Вступ.** З 24 лютого 2022 року, підприємства електронної комерції довели своє вміння адаптуватися до різних екстремальних ситуацій. Цей сегмент торгівлі, практично не втратив своїх обсягів і досить довгий час слугував альтернативою звичним стаціонарним торговельним майданчикам, забезпечуючи громадян України всіма необхідними товарами. В цей час зміни відбувалися й в системі ідентифікації брендів українських веб-сайтів електронної комерції, які на відміну від попередніх років, всіляко намагалися підкреслити свою національну приналежність. **Метою даної роботи** є дослідження національної символіки в дизайні основних ідентифікаторів брендів українських веб-сайтів електронної комерції, таких як: логотипи, фавікони, іконки мобільних додатків та аватари в соціальних мережах.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Візуальним вираженням ідентифікації бренду веб-сайту електронної комерції і її центральним елементом є логотип. Він є невід'ємною частиною образу бренду електронної комерції, що передає основні цінності його роботи, підкреслюючи напрям діяльності та належність до певної товарної категорії. Дослідження тисячі логотипів веб-сайтів електронної комерції США, Китаю, дев'ятнадцяти країн Європи і України показали, що для них характерні типові рішення, що зрозумілі користувачам різних національностей та забезпечують можливість функціонування їх в різних країнах світу. До 2022 року нами було виявлено, що для різних країн існують переважно кольорні відмінності щодо рішення логотипів веб-сайтів електронної комерції. Так для англійських веб-сайтів електронної комерції характерні однокольорні логотипи блакитного або чорного кольорів, а для китайських – помаранчевого, червоного або рожевого. Національну символіку до 2022 року було виявлено лише в логотипах деяких французьких маркетплейсів, в яких використовують графічні елементи виконані в кольорах французького прапора. Як приклад можна навести логотипи і



фавікони французьких веб-сайтів електронної комерції [carrefour.com](http://carrefour.com), [maty.com](http://maty.com) і [cdiscout.com](http://cdiscout.com).

До 2022 року логотипи і веб-сайти українських підприємств електронної комерції практично не використовували національної символіки, а їх колірні і шрифтові рішення переважно відповідали товарній категорії. Ті з них, що були орієнтовані на внутрішній ринок часто мали українські назви відтворені кириличними шрифтами, а ті що намагалися вийти на міжнародні ринки використовували українські або англійські назви відтворенні латиницею.

Необхідно зазначити, що поряд із іншими видами мистецтва, дизайн відображає та на пряму залежить від суспільних, політичних та економічних факторів, а дизайнери тонко відчуваючи зміни, що відбуваються в житті суспільства, намагаються відтворити їх в своїй діяльності. В роботах вітчизняних вчених було показано, що українські товарні знаки і логотипи на початку ХХІ ст. стали подібними до європейських за стилістикою, і це, на їх думку, стало закономірним явищем в процесі їх еволюційного розвитку. Проте вчені вважали, що на наступному етапі, елементи ідентифікації українських брендів покликані виокремлювати національні, конкурентоспроможні товари і послуги, а тому почнуть більш активно використовувати елементи національної символіки [1, 2, 3].

Трагічні події, що відбуваються в Україні, починаючи з лютого 2022 року, прискорили цей процес. Окрім загального патріотичного підйому в суспільстві, зміни почали відбуватися в різних сферах життя, в тому числі і в дизайні веб-сайтів електронної комерції та їх елементах ідентифікації. В логотипах почали часто використовувати колірну українську символіку. В багатьох логотипах українських веб-сайтів електронної комерції було змінено кольори графічних елементи. Як приклад можна навести логотипи веб-сайтів [podkapot.com.ua](http://podkapot.com.ua), [dok.ua](http://dok.ua), [zakupka.com](http://zakupka.com) (рис. 1, б), [izi.ua](http://izi.ua) (рис. 1, д), [synthetic.ua](http://synthetic.ua) (рис. 1, а), [avto.pro](http://avto.pro) тощо. Було відкрито новий український маркетплейс [shop.brave.ua](http://shop.brave.ua), що реалізує товари виключно українських виробників в Україні та за кордоном. В дизайні його логотипу окрім смужки з кольорами українського прапора наявний графічний елемент у вигляді герба - тризуба (рис. 1, г).

На українських веб-сайтах електронної комерції також відбуваються наступні зміни: відмова від використання російської мови; використання кольорів українського прапора для позначення різних декоративних елементів, використання на банерах зображень з елементами української символіки.

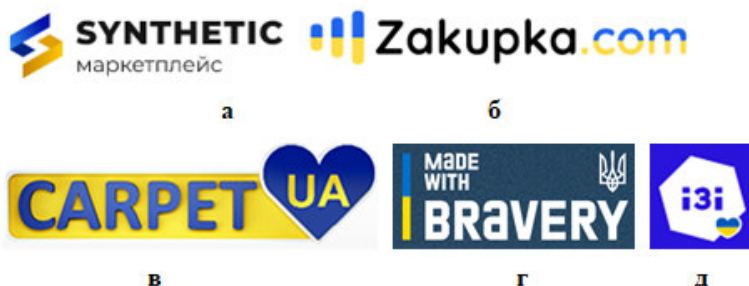


Рис. 1. Логотипи українських веб-сайтів електронної комерції з національною символікою

Відбулися зміни в дизайні фавіконів, іконок, що позначають мобільні додатки (рис. 2, а, б, д, ж) та аватарів в соціальних мережах (рис. 2, в, г), де також використовують кольори прапора України.

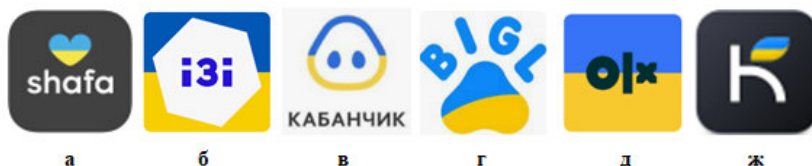


Рис. 2. Іконки мобільних додатків та аватарів в соціальних мережах веб-сайтів електронної комерції

**Висновки.** В результаті проведених досліджень, розглянуті питання, пов'язані з сучасною тенденцією використання української символіки в дизайні веб-сайтів електронної комерції та в їх елементах ідентифікації. Виявлено, що в основному використовують кольори українського прапора для відображення графічних і шрифтових елементів логотипів веб-сайтів українських брендів електронної комерції. Актуальним є використання синього та жовтого кольорів в дизайні фавіконів, іконок, що позначають мобільні додатки веб-сайтів та аватари в соціальних мережах.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Безсонова Л.М. До питання про формування проектної моделі сучасного українського логотипа: чинники впливу на художньо-пластичну мову. Вісник ХДАД. 2014. № 1. С. 8-13.
2. Борисенко О.М. Становлення і розвиток комунікативного дизайну в



Галичині другої половини XIX – першої третини XX століть: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства. Спец. 17.00.07 – дизайн. *Українська академія друкарства Міністерства освіти і науки України; Національний університет "Львівська політехніка" Міністерства освіти і науки України. – Львів, 2019.*

3. Бойчук О.В. Безсонова Л. Національні ремінісценції в українських товарних знаках та логотипах нової доби. *Всеукраїнська науково-практична конференція "Регіональний дизайн і освіта".* Черкаси, 2010. (ЧДТУ). С. 18–22.

---

**УДК : 355.033:7.071.1**

***Каблова Тетяна Борисівна***

*кандидат мистецтвознавства, доцент, учений секретар,  
Київська муніципальна академія  
естрадного та циркового мистецтва*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ МИСТЕЦТВА ЯК СПОСІБ ПІДСИЛЕННЯ КУЛЬТУРИ ОБОРОНИ КРАЇНИ**

Сучасний світ знаходиться під постійним тиском геополітичних турбулентностей, що нагадує нам, як важливо постійно адаптуватися та шукати новаторські підходи до вирішення завдань національної безпеки. Однак, поза відомими військовими стратегіями та політичними механізмами, народжуються нові можливості у сфері мистецтва та культурних ініціатив. Ці можливості виявляються не лише в ролі відображення, але й в якості справжнього інструменту для зміцнення національної безпеки. У цьому контексті, ця стаття спробує розглянути важливість мистецтва в рамках оборони та безпеки, зосереджуючись на патріотичних та інноваційних проєктах.

У сучасному світі, де невизначеність та зміни стали єдиною постійною, виявляється, що саме у глибинах мистецтва та культурних ініціатив знаходяться несподівано ефективні інструменти для зміцнення національної безпеки. Культура виступає не лише як відображення, але і як живий організм, що працює в синергії з суспільством, формуючи патріотичний дух та активно сприяючи консолідації громадян.

Національний дух та патріотизм не можуть бути створені чи збережені штучно. Вони витікають із самої сутності культури, яка несе в собі спільні цінності та ідеали, які є міцним каркасом для національної єдності. Мистецтво, у свою чергу, стає каталізатором