

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

УДК 004



Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції молодих
учених, аспірантів та студентів
“Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження
молодих вчених”
26 – 27 лютого 2026р.

Abstracts of reports
International scientific and practical conference of young
scientists, graduate students and students
"Information technologies in the modern world: research of
young scientists"
February 26 – 27, 2026

Харків 2026

УДК 004

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених, аспірантів та студентів "Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених": тези доповідей, 26 – 27 лютого 2026 р. – Х.: ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2026. – 239 с.

Наведені тези пленарних та секційних доповідей за теоретичними та практичними результатами наукових досліджень і розробок. Представлені результати теоретичних та практичних досліджень стосовно галузі комп'ютерних наук, інженерії програмного забезпечення, а також інформаційних технологій в видавничо-поліграфічній галузі. Матеріали публікуються в авторській редакції.



«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ»

Materials of the International scientific-practical conference of young scientists, postgraduates and students "Information technologies in the modern world: research of young scientists": abstracts of reports, February 26 – 27, 2026. - Kh.: Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, 2026. – 239 p.

Abstracts of plenary and sectional reports based on theoretical and practical results of scientific research and development are given. The results of theoretical and practical research in the field of computer science, software engineering, and information technologies in the publishing and printing industry are presented. Materials are published in the author's editorial office.

За достовірність викладених фактів, цитат та інших відомостей відповідальність несе автор.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ СПОЖИВАЧАМИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Стрімкий розвиток цифрових технологій і поширення соціальних мереж суттєво змінили механізми комунікації між підприємствами сфери гостинності та їхніми споживачами. Якщо раніше ключову роль у виборі ресторану або готелю відігравали традиційні рекламні канали та рекомендації знайомих, то сьогодні основним джерелом інформації стає онлайн-середовище. Соціальні мережі формують не лише обізнаність про заклад, а й емоційне сприйняття бренду, очікування від якості сервісу та загальний образ майбутнього досвіду споживання. У цьому контексті рішення клієнта є результатом комплексного впливу контенту, візуальних образів і соціального схвалення.

Особливе значення у сфері гостинності має Instagram, який поєднує в собі функції візуальної презентації та соціальної взаємодії. Для більшості користувачів цієї платформи процес вибору закладу базується на емоціях і першому враженні. Естетично оформлені фотографії інтер'єру, приваблива подача страв, відео з атмосферою закладу створюють у споживача відчуття бажаного стилю життя. Важливим фактором є кількість підписників, активність сторінки та коментарі інших користувачів, які виступають своєрідним соціальним доказом якості.

Telegram, у свою чергу, формує іншу модель споживчої поведінки, що ґрунтується на раціональному аналізі інформації. Користувачі цієї платформи частіше довіряють тематичним каналам, які спеціалізуються на оглядах і рекомендаціях у сфері гостинності. Тут важливими стають деталі: ціни, умови бронювання, рівень сервісу, реальні переваги та недоліки закладу. Telegram створює відчуття закритої спільноти, де інформація передається без зайвого рекламного тиску. У результаті споживачі приймають більш обдумані рішення, орієнтуючись на практичну користь і досвід інших людей.

YouTube має значний вплив на прийняття рішень завдяки можливості передати повноцінний візуально-інформаційний досвід. Формати відеооглядів, тревел-блогів і детальних презентацій готелів дозволяють потенційному клієнту оцінити заклад максимально об'єктивно. YouTube-відео дають змогу розкрити не лише зовнішній вигляд, а й атмосферу, сервісну культуру та загальний рівень комфорту. Це важливо при виборі готелю для

тривалого перебування або дорогого відпочинку.

Pinterest відіграє специфічну роль у процесі прийняття рішень, оскільки його основна функція полягає у формуванні натхнення та довгострокових візуальних орієнтирів. Користувачі цієї платформи не завжди мають намір негайно здійснити покупку або бронювання, проте вони формують уявлення про бажаний стиль відпочинку чи закладу харчування. Збережені зображення інтер'єрів, концепцій ресторанів або готельних просторів поступово створюють стандарт очікувань.

Окремої уваги заслуговує TikTok як інноваційний інструмент брендингу роботодавця у готельно-ресторанній сфері. В умовах дефіциту кадрів та високої плинності персоналу формування позитивного HR-іміджу стає стратегічно важливим завданням для підприємств гостинності. TikTok дозволяє демонструвати робочі процеси, корпоративну культуру та міжособистісні відносини в колективі у доступній та неформальній формі. Такий контент сприймається молоддю як автентичний і правдивий, що підвищує привабливість роботодавця.

Використання TikTok у готельно-ресторанному бізнесі сприяє залученню молодих працівників, зокрема представників покоління Z, для яких соціальні мережі є основним джерелом інформації. Відео з працівниками, участь у популярних трендах, демонстрація можливостей кар'єрного росту та командної атмосфери формують позитивне уявлення про заклад як про сучасне та перспективне місце роботи. TikTok стає ефективним каналом комунікації між роботодавцем і потенційними працівниками, доповнюючи традиційні методи рекрутингу.

Ефективне використання соціальних мереж потребує стратегічного підходу з боку готельно-ресторанних підприємств. Контент має відповідати специфіці платформи, цільовій аудиторії та загальній концепції бренду. Поєднання емоційного впливу, достовірної інформації та автентичності дозволяє не лише залучати нових клієнтів, а й утримувати постійних, формуючи довготривалу лояльність. Соціальні мережі стають ключовим інструментом маркетингової та кадрової політики у сфері гостинності.

Науковий керівник: к.т.н., доцент Бринза Н. О.

Чеботарьова Марина, Вовк Олександр ВИКОРИСТАННЯ ДОВІДКОВИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ	197
Черкашина Ганна, Григор'єв Олександр ОПТИМІЗАЦІЯ ВИБОРУ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРОЄКТІВ У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІЙ ГАЛУЗІ	198
Черкашина Ганна, Чеботарьова Ірина ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ КОЛЬОРОКОРЕКЦІЇ НА ОСНОВІ МАШИННОГО НАВЧАННЯ	199
Шаповалова Єлизавета, Вовк Олександр ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО ПОЛІГРАФІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ МАЛИХ ДРУКАРЕНЬ ТА PRINT-ON-DEMAND	200
Шаршава Анастасія, Вовк Олександр ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В ПРОЄКТУВАННІ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ГАЛЕРЕЙ	201
Шибіка Валерія, Левикін Ігор ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ UX-ДИЗАЙНУ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ У POS-СИСТЕМІ КАВ'ЯРНІ	202

СЕКЦІЯ 4. СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ОБРОБКИ ДАНИХ

Аркатов Микита ІНТЕРАКТИВНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ЗАМОВЛЕННЯ АВТОЗАПЧАСТИН.....	203
Борисов Кирило ОЦІНЮВАННЯ СТРУКТУРНОЇ ЖИВУЧОСТІ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ	204
Вельма Олександра ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ СПОЖИВАЧАМИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....	205
Виноградська Вероніка ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СИСТЕМА «TERRACALM» ДЛЯ ПСИХОСОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ В УМОВАХ УРБАНІЗОВАНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	206
Долгополов Арсеній ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ КЕРУВАННЯ ДОНАТАМИ З ПІДТРИМКОЮ КРИПТОВАЛЮТ	207
Дурманова Марія ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДІВ.....	208
Євсєєва Софія КВАНТИТАТИВНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА БЕКТЕСТИНГУ ДИНАМІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПОРТФЕЛІВ.....	209
Ключка Ольга ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ВЕБ ДОДАТКУ КНИЖКОВОГО КЛУБУ .	210
Ковнер Маргарита ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СПРИЙНЯТТЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	211
Куц Дарина ТІКТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	212
Ляльченко Данило ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ТА ПОВЕДІНКУ КОРИСТУВАЧІВ.....	213
Мотирін Микола ВПЛИВ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР НА УВАГУ ТА ЕМОЦІЇ СТУДЕНТІВ..	214

Нікітіна Тетяна ЕТИКА ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ	215
Омельченко Ігор РЕФЛЕКСИВНА ПАМ'ЯТЬ В ЗАДАЧІ АДАПТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ ІЄРАРХІЧНИХ LLM-АГЕНТІВ У ВІРТУАЛЬНИХ СЕРЕДОВИЩАХ.....	216
Постельняк Софія ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ МАЛОГО БІЗНЕСУ	217
Семенко Віолета ОНЛАЙН-СПІЛКУВАННЯ: ЯК ЕМОДЗІ ТА СТІКЕРИ ДОПОМАГАЮТЬ ВИРАЖАТИ ЕМОЦІЇ.....	218
Сікорський Ігор ГЕНЕРАЦІЯ АДАПТИВНИХ КЛІНІЧНИХ СЦЕНАРІЇВ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗВАЖЕНИХ ГРАФІВ В СИСТЕМАХ МЕДИЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ.....	219
Скрипченко Владислав СТРУКТУРИЗАЦІЯ ТЕКСТОВИХ ДАНИХ З МЕСЕНДЖЕРІВ НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	220
Сотнік Владислава ПРОЄКТУВАННЯ МОДУЛЯ СИСТЕМИ ОРЕНДИ АВТОМОБІЛІВ	221
Тищук Таїсія ВПЛИВ КОРОТКОГО ВІДЕОКОНТЕНТУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ	222
Федоров Вадим ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИК ДОБРОЧЕСНОСТІ ЧАТ-БОТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У КОНТЕКСТІ ПРОТИДІЇ ПОШИРЕННЮ НЕЛІЦЕНЗІЙНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	223
Хвесік Іван ВІРТУАЛЬНІ ТУРИ ПО ГОТЕЛЯХ ТА ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ У МЕНЮ ТА ІНТЕР'ЄРАХ	224
Шутько Софія ВИКОРИСТАННЯ АІ ДЛЯ АНАЛІЗУ ПОВЕДІНКИ КЛІЄНТІВ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ ТА РЕСТОРАНАХ	225
Ярославська Марія КОГНІТИВНЕ НАВАНТАЖЕННЯ КОРИСТУВАЧА ПРИ РОБОТІ З ЦИФРОВИМИ СИСТЕМАМИ.....	226



Information Systems
Department

«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ»

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

**Міжнародної науково-практичної конференції молодих
учених, аспірантів та студентів
«Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження
молодих вчених»
26 – 27 лютого 2026 р.**



Information Systems
Department

«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ»

ABSTRACTS OF REPORTS

**International scientific and practical conference of young
scientists, graduate students and students
"Information technologies in the modern world: research of
young scientists"
February 26 – 27, 2026**

Відповідальний за випуск: Д.О. Бондаренко

Комп'ютерна верстка: Д.Ю. Голубничий
