

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.

TIKTOK ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У сучасному світі, де цифрові технології відіграють надзвичайно важливу роль, соціальні мережі стали невід'ємною частиною комунікації між бізнесом і споживачем. Готельно-ресторанна сфера, як одна з найдинамічніших галузей економіки, активно використовує онлайн-платформи для просування своїх послуг, формування позитивного іміджу та залучення нових клієнтів. Серед безлічі соціальних мереж особливе місце посідає TikTok – платформа, яка за короткий час змогла перетворитися з розважального додатку для молоді на потужний маркетинговий інструмент із глобальним впливом. Її популярність пояснюється унікальним форматом коротких відео, високим рівнем залученості користувачів і можливістю швидкого поширення контенту, що робить TikTok привабливим для підприємств сфери гостинності.

Цифровий маркетинг у готельно-ресторанному бізнесі – це не просто реклама в інтернеті, а комплексна система взаємодії з клієнтами через різні онлайн-канали. Для сучасного готелю або ресторану присутність у соціальних мережах є обов'язковою умовою успішного розвитку. Вона дозволяє не лише інформувати потенційних гостей про новинки меню, акції чи події, але й створювати емоційний зв'язок із брендом. Соціальні платформи, зокрема TikTok, дають змогу показати заклад «зсередини», продемонструвати атмосферу гостинності, креативність персоналу й підкреслити унікальні риси, що вирізняють його серед конкурентів.

Роль TikTok у маркетинговій стратегії готельно-ресторанного бізнесу зростає з кожним роком. Основна перевага цієї платформи полягає в тому, що вона не потребує великих фінансових вкладень. Для створення відео достатньо смартфона, натхнення та розуміння сучасних трендів. Готелі й ресторани можуть використовувати TikTok для презентації своїх послуг у легкому, розважальному форматі: показувати процес приготування страв, знайомити аудиторію з кухарями, баристами, адміністраторами чи іншими членами команди. Такий контент формує довіру, адже потенційні клієнти бачать реальних людей, а не лише рекламу.

Одним із найефективніших напрямів TikTok-маркетингу є співпраця з блогерами та інфлюенсерами. Відомі користувачі можуть розповісти про свої враження від відвідування ресторану чи проживання в готелі, що створює ефект «сарафанного радіо» в онлайн-середовищі. Довіра аудиторії до таких рекомендацій часто вища,

ніж до традиційної реклами. Крім того, інфлюенсери допомагають залучати нових клієнтів із цільових груп, які раніше могли не знати про існування закладу.

Використання TikTok у маркетинговій стратегії має низку беззаперечних переваг. Це можливість безкоштовного або відносно дешевого просування, швидке охоплення великої аудиторії, підвищення впізнаваності бренду, а також формування позитивного емоційного іміджу. Завдяки креативному підходу контент у TikTok може стати вірусним і принести значне збільшення кількості підписників і відвідувачів без додаткових витрат на рекламу. Водночас ця платформа сприяє розвитку творчого потенціалу працівників готельно-ресторанної сфери, адже вони можуть проявляти себе не лише як професіонали своєї справи, але й як автори цікавих відео.

Як і будь-який інструмент маркетингу, TikTok має свої виклики. Основним недоліком є потреба в постійному створенні якісного, оригінального контенту, який відповідає динаміці трендів. Якщо відео не викликає емоцій або не відповідає інтересам аудиторії, воно швидко губиться серед тисяч інших. Крім того, існує ризик негативних коментарів або ситуацій, коли невдалий ролик може нашкодити репутації закладу. Важливо продумувати контентну стратегію, контролювати якість публікацій і своєчасно реагувати на відгуки користувачів.

TikTok є одним із найперспективніших інструментів цифрового маркетингу для готельно-ресторанного бізнесу. Його ефективність зумовлена поєднанням простоти використання, широкого охоплення аудиторії та високого рівня залучення користувачів. Для майбутніх фахівців у сфері гостинності вміння працювати з сучасними цифровими платформами стає необхідною професійною компетенцією. Розуміння принципів роботи TikTok, вміння створювати креативний контент і аналізувати реакцію аудиторії дозволяє не лише підвищити популярність закладу, але й сформувати позитивний імідж бренду на конкурентному ринку. Інтеграція TikTok у маркетингову діяльність готелів і ресторанів є важливим кроком у розвитку сучасного бізнесу, який прагне бути ближчим до свого клієнта та відповідати вимогам цифрової епохи.

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
