



1 МІЖНАРОДНА НАУКОВА СТУДЕНТСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ КОНФЕРЕНЦІЇ



ДАТА ПРОВЕДЕННЯ

12-13 травня 2026 року



МІСЦЕ ПРОВЕДЕННЯ

м. Київ, Україна



ІНФОРМАЦІЙНА ПЛАТФОРМА

SCIENCE VECTOR



Детальніше про конференцію:
science-vector.com



SCIENCE VECTOR

1 Міжнародна студентська наукова конференція

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА
ТЕХНОЛОГІЙ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД»**

Збірник наукових праць

12-13 травня 2026р.

м. Київ, Україна

УДК 001(08)

DOI: <https://doi.org/10.70286/science-vector.12052026>

Актуальні проблеми науки та технологій: сучасний погляд. Матеріали 1-ї Міжнародної студентської наукової конференції, м. Київ, 12-13 травня 2026р. Science Vector, 2026.

Міжнародна студентська наукова конференція зареєстрована в базі науково-технічних заходів Державної наукової установи УкрІНТЕІ. Посвідчення №470 від 28.04.26р.

Матеріали конференції опубліковано мовою оригіналу в авторській редакції та в обсязі, поданому авторами. Збірник оформлено й підготовлено до публікації в єдиному стилі без внесення змін до змісту тез доповідей. Відповідальність за достовірність наведених фактів, правильність власних назв, цитат, статистичних даних, спеціалізованої термінології та іншої інформації, викладеної у матеріалах, повністю покладається на авторів.

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі згідно з умовами ліцензії CC BY-NC 4.0 International.



© Учасники конференції, 2026
© Збірник наукових праць, 2026
© Science Vector, 2026

Офіційний сайт: <https://science-vector.com/>

ЗМІСТ

Секція: Маркетинг та реклама

Басанець К.О., Малоока Л.В.

Цифровий профіль артиста як маркетинговий інструмент у сучасному шоу-бізнесі..... 6

Секція: Економіка

Чернега А.С.

Роль соціальних мереж у розвитку бізнесу в сучасних умовах..... 9

Біленко І.

Цифровізація бізнесу в сучасних умовах: переваги, виклики та перспективи розвитку..... 12

Секція: Право та міжнародне право

Столярчук М.С., Гринько Л.П.

Особливості проведення обшуку при розслідуванні кіберзлочинів..... 15

Когут В.П.

Кримінально-правова характеристика торгівлі людьми в Україні..... 18

Секція: Інформаційні системи та технології

Бурдай В.М.

Використання REST API для автоматизації процесів обліку замовлень у вебзастосунках..... 22

Секція: Туризм

Розмазніна В.А., Вишневський В.І.

Перспективи розвитку туризму Хмельницької області в умовах сучасних викликів..... 26

Секція: Музичне мистецтво

Басалко І.Я., Малоока Л.В.

Продюсування артиста в сфері шоу-бізнесу: формування та реалізація дебютного релізу..... 29

Секція: Психологія та психіатрія

Кузьменко Ю.І.

Інформаційний шум як чинник розвитку емоційного вигорання в сучасному суспільстві..... 32

Секція: Освіта та педагогіка

Бабенко А.С.

Вплив фізичного розвитку дитини на формування когнітивних та розумових здібностей у майбутньому..... 35

Секція: Логістика та транспортні технології

Біленко О.В.

Використання GPS-технологій у транспортній логістиці..... 38

Секція: Дизайн

Горбач М.

Роль кольору у мистецтві: естетичний, психологічний та символічний виміри..... 41



Секція: Маркетинг та реклама



Цифровий профіль артиста як маркетинговий інструмент у сучасному шоу-бізнесі

Басанець Катерина Олексіївна, здобувачка вищої освіти бакалаврського рівня Факультет івент-менеджменту і шоу-бізнесу

Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

Науковий керівник:

Малоока Леся Василівна, кандидат історичних наук, доцент кафедри фешн та шоу-бізнесу

Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

Сучасна музична індустрія функціонує переважно у цифровому середовищі: стримінгові платформи генерують 67% доходів галузі, а соціальні мережі стали основним каналом відкриття нової музики. В цих умовах цифровий профіль артиста — сукупність його присутності та показників на цифрових платформах — перетворюється з технічного атрибуту на стратегічний маркетинговий інструмент, що визначає видимість, монетизацію та конкурентоспроможність на ринку.

Мета дослідження — визначити структуру цифрового профілю артиста шоу-бізнесу та обґрунтувати його роль як інструменту маркетингової стратегії. Методи: аналіз цифрових метрик платформ, порівняльний аналіз каналів присутності, кейс-стаді на прикладі незалежної київської артистки badactress.

Структура цифрового профілю. На основі аналізу провідних стримінгових та соціальних платформ визначено, що цифровий профіль артиста складається з чотирьох взаємопов'язаних компонентів. Перший — платформна присутність: наявність та активність акаунтів на стримінгових сервісах (Spotify, Apple Music, YouTube Music) та соціальних мережах (TikTok, Instagram, YouTube). Другий — кількісні метрики: щомісячні слухачі, кількість підписників, загальна кількість прослуховувань. Третій — якісні метрики залученості: save rate, completion rate, engagement rate, коефіцієнт конверсії слухачів у підписників. Четвертий — контентна ідентичність: послідовність візуального та смислового позиціонування на всіх платформах.

Алгоритми платформ аналізують передусім якісні метрики. Spotify надає пріоритет save rate (30%+ є сильним сигналом якості), completion rate та кількості додавань до плейлистів користувачів (Spotify for Artists, 2025). TikTok оцінює watch time та коефіцієнт повторних переглядів, що визначає ширину алгоритмічного розповсюдження відео (TikTok Music Impact Report, 2024–2025). Таким чином, цифровий профіль є не статичним набором сторінок у соціальних мережах, а динамічною системою сигналів, що визначають алгоритмічну видимість артиста.

Кейс-стаді: badactress. Для емпіричного підтвердження теоретичних положень проведено аналіз цифрового профілю незалежної артистки badactress (Анна Ключка, м. Київ, нар. 2002 р.). Станом на травень 2026 року профіль артистки характеризується такими показниками: TikTok — 400 600 підписників, Spotify — 65 800 щомісячних слухачів, YouTube Music — 163 000 щомісячних слухачів, Instagram — 12 600 підписників. Найпопулярніший трек «Недодруг» набрав 1 848 000 прослуховувань на Spotify та понад 2 млн переглядів на YouTube (табл. 1).

Таблиця 1. Цифровий профіль артистки badactress (травень 2026 р.)

Платформа	Показник	Значення	Функція у стратегії
TikTok	Підписники	400 600	Discovery, вірусне охоплення
YouTube Music	Слухачів/міс.	163 000	Відеоконтент, довгострокове охоплення
Spotify	Слухачів/міс.	65 800	Монетизація, playlist pitching
Instagram	Підписники	12 600	Брендинг, лояльна спільнота
Spotify — «Недодруг»	Прослуховувань	1 848 000	Вірусний хіт, точка входу аудиторії

Джерело: складено автором на основі даних платформ Spotify, TikTok, YouTube Music, Instagram (2026)

Аналіз виявив ключову диспропорцію профілю: значна TikTok-аудиторія (400 600 підписників) слабо конвертується до Instagram (12 600) та Spotify (65 800 щомісячних слухачів), що свідчить про розрив між каналом discovery та каналами монетизації і довгострокової лояльності. Показник YouTube Music (163 000 слухачів/міс.) є диспропорційно високим порівняно зі Spotify — це вказує на сильний відеоконтент як основну точку входу аудиторії. Такий дисбаланс є типовим для артистів, чий ріст відбувся переважно через органічний TikTok-вірус (Marketing Strategies and Success Factors for Independent Artists, 2025).

На основі аналізу визначено три стратегічні пріоритети оптимізації цифрового профілю: (1) підвищення save rate на Spotify через заклики до збереження у TikTok-контенті та активний playlist pitching до редакторських і незалежних плейлистів; (2) конвертація TikTok-аудиторії до Instagram та Spotify через крос-платформний контент і чіткі заклики до дії; (3) підтримка регулярного release cadence — один реліз кожні 4–6 тижнів — для утримання позицій у Release Radar та алгоритмічних рекомендаціях (LANDR, 2023).

Висновки. Цифровий профіль артиста є багатокомпонентним маркетинговим інструментом, ефективність якого визначається не сукупним числом підписників, а збалансованістю присутності на різних платформах та якістю метрик залученості. Диспропорція між платформами, виявлена у кейсі badactress, є типовою для незалежних артистів, що зростають через органічний вірусний контент, і потребує системного управління через узгоджену крос-платформну стратегію. В умовах алгоритмічної економіки уваги управління

цифровим профілем стає окремою управлінською компетенцією, рівнозначною за значущістю з творчим продюсуванням.

Список використаних джерел

1. GlobalEdge Michigan State University. (2024). Streaming platforms and music in the digital age. <https://globaledge.msu.edu/blog/post/57458>
2. LANDR. (2023). 8 tips to get on Spotify playlists. <https://blog.landr.com/pitching-music-to-spotify-playlists>
3. Marketing Strategies and Success Factors for Independent Artists. (2025). Proceedings of the BMM Conference. <https://proudpen.com/proceedings/index.php/bmmconf/article/view/694>
4. Miquido. (2024). How streaming changed the music industry. <https://www.miquido.com/blog/how-streaming-changed-the-music-industry>
5. Spotify for Artists. (2025). Pitching music to playlist editors. <https://support.spotify.com/us/artists/article/pitching-music-to-playlist-editors>
6. TikTok. (2025). Music impact report 2024–2025. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/music-impact-report>



Секція: Економіка



Роль соціальних мереж у розвитку бізнесу в сучасних умовах

Чернега Анна Сергіївна, здобувач вищої освіти бакалаврського рівня
Факультет економіки та менеджменту
Європейський університет

Сучасний бізнес активно трансформується під впливом цифрових технологій, серед яких особливе місце займають соціальні мережі. Платформи, такі як Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn та інші, стали не лише засобом спілкування, а й потужним інструментом розвитку підприємництва.

Соціальні мережі дозволяють бізнесу безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією, формувати імідж бренду, просувати товари та послуги, а також отримувати зворотний зв'язок від клієнтів у режимі реального часу. Це значно змінює традиційні підходи до маркетингу та продажів [1].

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах цифровізації економіки соціальні мережі стають одним із ключових каналів просування бізнесу та формування конкурентних переваг.

Метою роботи є дослідження ролі соціальних мереж у розвитку сучасного бізнесу та визначення їх впливу на ефективність підприємницької діяльності.

Соціальні мережі – це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати контент, обмінюватися інформацією та взаємодіяти між собою. Для бізнесу вони стали ефективним каналом комунікації та маркетингу.

Сьогодні компанії активно використовують соціальні мережі для:

- просування товарів і послуг;
- формування бренду;
- комунікації з клієнтами;
- проведення рекламних кампаній;
- аналізу поведінки споживачів;
- підвищення впізнаваності компанії.

Завдяки соціальним мережам бізнес отримав можливість напряму взаємодіяти зі своєю цільовою аудиторією без посередників, що значно зменшує витрати на маркетинг.

Однією з головних переваг соціальних мереж є їх доступність та широке охоплення аудиторії. Платформи дозволяють компаніям взаємодіяти з мільйонами потенційних клієнтів у різних країнах світу [2].

Основні переваги включають:

- низьку вартість рекламних кампаній у порівнянні з традиційними медіа;
- можливість точного таргетування аудиторії;

- швидкий зворотний зв'язок від клієнтів;
- підвищення впізнаваності бренду;
- збільшення продажів;
- формування лояльності клієнтів;
- оперативне реагування на запити споживачів.

Соціальні мережі суттєво змінили підходи до маркетингу. Якщо раніше реклама була переважно односторонньою, то сьогодні вона стала інтерактивною. Користувачі можуть коментувати, ділитися контентом та безпосередньо впливати на репутацію бренду.

Завдяки цьому бізнес може точніше визначати потреби клієнтів і пропонувати їм персоналізовані рішення, що підвищує рівень продажів та ефективність рекламних кампаній.

Одним із ключових аспектів використання соціальних мереж є формування бренду. Бренд – це не лише логотип або назва компанії, а й емоційне сприйняття компанії споживачами [3].

Соціальні мережі дозволяють бізнесу:

- формувати позитивний імідж;
- демонструвати цінності компанії;
- створювати емоційний зв'язок із аудиторією;
- підвищувати довіру до бренду.

Регулярна комунікація з клієнтами та якісний контент сприяють формуванню сильної репутації компанії на ринку.

Попри значні переваги, використання соціальних мереж у бізнесі пов'язане з певними ризиками. Одним із них є залежність від алгоритмів платформ, які можуть змінювати охоплення контенту та впливати на ефективність просування [4, 5].

Негативні відгуки або кризові ситуації в соціальних мережах можуть швидко поширюватися та впливати на імідж компанії, тому бізнесу необхідно активно працювати з репутацією.

Соціальні мережі продовжують активно розвиватися та інтегрувати нові технології. У майбутньому очікується ще більша автоматизація маркетингу, використання штучного інтелекту та персоналізація контенту.

Соціальні мережі стають не лише платформами для спілкування, але й повноцінними торговельними майданчиками.

Висновки

Соціальні мережі відіграють ключову роль у розвитку сучасного бізнесу. Вони є ефективним інструментом маркетингу, комунікації та формування бренду.

Завдяки соціальним мережам компанії можуть швидко адаптуватися до змін ринку, взаємодіяти з клієнтами та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Водночас використання соціальних мереж потребує стратегічного підходу, оскільки пов'язане з ризиками та високою конкуренцією.

У сучасних умовах соціальні мережі є невід’ємною частиною бізнес-стратегії та важливим фактором його успішного розвитку.

Список використаних джерел

1. Kotler P. Marketing 5.0: Technology for Humanity. – New York, 2021.
2. Tuten T., Solomon M. Social Media Marketing. – London, 2020.
3. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. – 2019.
4. Chaffey D. Digital Marketing. – Pearson, 2022.
5. World Economic Forum. The Future of Digital Marketing. – Geneva, 2023.

Цифровізація бізнесу в сучасних умовах: переваги, виклики та перспективи розвитку

Біленко Ігор, здобувач вищої освіти бакалаврського рівня
Факультет економіки та менеджменту
Європейський університет

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується активним впровадженням цифрових технологій у всі сфери життя людини. Особливо помітними ці процеси стали у сфері бізнесу, де цифровізація перетворюється на один із ключових факторів конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств [1].

Цифровізація бізнесу являє собою процес впровадження цифрових технологій у систему управління, виробництва, комунікації та взаємодії з клієнтами. Використання сучасних інформаційних технологій дозволяє підприємствам оптимізувати робочі процеси, підвищити продуктивність праці, покращити якість послуг та адаптуватися до швидких змін ринку.

Особливої актуальності цифровізація набула в умовах глобалізації, розвитку електронної комерції та стрімкого поширення цифрових платформ. Пандемія COVID-19 також значно прискорила процес переходу бізнесу до онлайн-середовища та стимулювала використання дистанційних форм роботи, електронних сервісів та цифрових інструментів управління.

У сучасних умовах цифрові технології стають не лише інструментом розвитку, але й необхідною умовою функціонування бізнесу. Компанії, які не адаптуються до цифрового середовища, ризикують втратити конкурентні позиції та ефективність діяльності.

Метою роботи є аналіз особливостей цифровізації бізнесу в сучасних умовах та визначення її ролі у підвищенні ефективності діяльності підприємств.

Цифровізація бізнесу є комплексним процесом впровадження цифрових технологій у різні напрями діяльності підприємства. Вона охоплює автоматизацію робочих процесів, використання електронних платформ, цифрових сервісів, аналітичних систем та сучасних засобів комунікації [2].

Основними напрямками цифровізації бізнесу є:

- автоматизація бізнес-процесів;
- використання електронного документообігу;
- онлайн-комунікація з клієнтами;
- електронна комерція;
- цифровий маркетинг;
- використання хмарних технологій;
- дистанційна форма роботи;
- аналітика даних та штучний інтелект.

Цифрові технології дозволяють значно спростити процес управління підприємством, підвищити швидкість обробки інформації та знизити витрати часу на виконання рутинних завдань.

Важливою перевагою є також покращення взаємодії з клієнтами. Завдяки цифровим платформам та соціальним мережам компанії можуть швидше реагувати на потреби споживачів, забезпечувати зручний сервіс та підтримувати постійний зв'язок із клієнтами.

До основних переваг цифровізації належать [2]:

- оптимізація робочих процесів;
- підвищення продуктивності;
- скорочення витрат;
- розширення ринку збуту;
- підвищення конкурентоспроможності;
- швидкий доступ до інформації;
- покращення комунікації;
- можливість дистанційної роботи.

Особливо важливим є розвиток електронної комерції, яка дозволяє підприємствам працювати не лише на локальному, але й на міжнародному ринку.

Суттєво змінюється система управління підприємствами. Сучасні цифрові інструменти дозволяють швидко аналізувати інформацію, контролювати робочі процеси та приймати управлінські рішення на основі даних.

Використання CRM-систем, електронного документообігу та аналітичних платформ сприяє покращенню організації роботи та ефективності управління персоналом.

Цифрові технології також забезпечують прозорість бізнес-процесів, швидкість обміну інформацією, ефективний контроль діяльності, гнучкість управління та можливість оперативного реагування на зміни ринку.

Попри значні переваги, процес цифровізації супроводжується певними труднощами та ризиками. Однією з основних проблем є необхідність значних фінансових витрат на впровадження цифрових технологій та навчання персоналу.

Крім того, цифровізація створює ризики кіберзагроз, витоку конфіденційної інформації, технічних збоїв, залежності від цифрових систем, скорочення окремих робочих місць та ін.

Не всі працівники готові швидко адаптуватися до нових технологій, що може викликати психологічний дискомфорт та опір змінам.

Важливою проблемою є також цифрова нерівність, оскільки не всі підприємства мають однаковий доступ до сучасних технологій та цифрової інфраструктури [3].

Подальший розвиток цифрових технологій сприятиме ще більшій автоматизації бізнес-процесів та впровадженню інноваційних рішень.

Цифровізація створює нові можливості для розвитку підприємництва та підвищення конкурентоспроможності бізнесу в умовах глобальної економіки.

Список використаних джерел

1. Бойко О. В. Цифровізація бізнесу в умовах сучасної економіки // Економіка та суспільство. – 2023. – № 52. – С. 115–120.
2. Василенко І. П. Інформаційні технології в управлінні підприємством : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2022. – 256 с.
3. Гринько Т. В., Ковальчук Н. М. Цифрова трансформація підприємств та її вплив на конкурентоспроможність // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2021. – № 41. – С. 67–72.



Секція: Право та міжнародне право



Особливості проведення обшуку при розслідуванні кіберзлочинів

Столярчук М.С., студент IV курсу

Полтавський юридичний інститут

Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого

Гринько Л.П., к.ю.н., доцент кафедри кримінального права та кримінально-правових дисциплін

Полтавський юридичний інститут

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

У сучасному суспільстві, де інформаційні технології проникають у всі сфери життя, кіберзлочинність набуває все більшої поширеності та складності. До таких правопорушень належать викрадення персональних даних, фінансові шахрайства, несанкціоновані втручання в інформаційні системи, поширення шкідливого ПЗ та інші протиправні дії в цифровому середовищі. Розслідування таких злочинів має специфічні риси, що відрізняють його від традиційних слідчих процедур.

Особливості розслідувань кіберзлочинів досліджувалися в роботах науковців Бабаніна С.В., Кравцової М.О., Литвинова О.М., Самойленка О.А., Чернишова Г.М.

Електронна інформація або електронні дані (за термінологією Конвенції про кіберзлочини) та електронний документ (з урахуванням положень КПК України) мають такі ознаки: вони не існують самостійно без носія — джерелами електронних доказів служать різноманітні пристрої (моноблоки, мобільні телефони, планшети, цифрові камери, роутери, маршрутизатори, комп'ютерні мережі, глобальна мережа Інтернет, що включає звукозаписи та відео тощо). Ці дані, як правило, невидимі неозброєним оком і для їх фіксації та дослідження застосовують апаратно-програмні засоби; вони можуть змінюватися, пошкоджуватися або знищуватися в процесі експлуатації пристрою користувачем або під впливом фізичних факторів.

При розслідуванні кіберзлочинів обшук спрямований на виявлення носіїв цифрової інформації (комп'ютерів, серверів, телефонів, флеш-накопичувачів тощо), які містять докази протиправної діяльності, або на фіксацію чи копіювання інформації, що має значення для кримінального провадження. Під час таких дій важливо залучати ІТ-фахівців для коректного поводження з технікою, щоб уникнути втрати даних (наприклад, випадкового видалення інформації при вимкненні комп'ютера). Спеціаліст проводить пошук відповідних електронних даних за допомогою пошукових утиліт та програм, що

фіксують попередню роботу пристрою та складає перелік програмного забезпечення, встановленого на комп'ютері та оптичних носіях. Слідчий має вимагати ліцензійні чи інші документи, що підтверджують законність використання виявленого програмного забезпечення.

Для матеріалізації носія даних запис образу оптичного диска необхідно здійснити щонайменше у двох екземплярах на носіях відповідного типу (CD або DVD) і використовувати диск, що не підлягає перезапису. Якщо екран пристрою заблоковано, за можливості слід з'ясувати пароль користувача та визначити чи ввімкнене шифрування диска. Якщо пароль доступу не надається, слід доручити спеціалісту Департаменту кіберполіції Національної поліції України зробити дамп оперативної пам'яті з метою відшукування паролів, що зберігаються в ній, до моменту вимкнення [4, с. 38].

Фіксація доказової інформації в мережі Інтернет має власні особливості. Докази можуть перебувати на вебсайтах, в електронній пошті, соціальних мережах, на різних форумах, у пошукових системах та інших онлайн-ресурсах. При цьому тимчасове вилучення електронних інформаційних систем або їх частин, мобільних терміналів чи засобів зв'язку може бути виправдане, коли надання їх разом з інформацією, що на них міститься, є необхідною умовою проведення експертизи, або коли ці об'єкти були отримані внаслідок вчинення кримінального правопорушення і слугують засобом чи знаряддям його вчинення. Також тимчасове вилучення може бути обґрунтованим, коли доступ до них обмежений власником, володільцем або утримувачем, або коли для отримання доступу необхідно долати систему логічного захисту.

Етап збору та аналізу доказів має свої особливості. Він включає: 1) аналіз лог-файлів серверів, мережевого трафіку та інших цифрових слідів, які можуть вказувати на діяльність злочинців; 2) використання спеціалізованого програмного забезпечення для вилучення даних з комп'ютерів, мобільних пристроїв та інших цифрових носіїв; 3) аналіз шкідливого програмного забезпечення, що полягає у вивченні коду вірусів, троянських програм та інших зловмисних програм для визначення їх походження та методів дії [3, с. 75].

Отже, розслідування кіберзлочинів є складним і багатогранним процесом, що потребує спеціалізованих знань і технічних засобів. Інноваційні підходи, зокрема застосування штучного інтелекту, розвиток цифрової криміналістики та спеціалізована підготовка кадрів, становлять ключові фактори ефективної протидії кіберзлочинності. Незважаючи на численні виклики, сучасні методи й технології дозволяють ефективно протидіяти кіберзлочинам, захищати інформаційні системи та персональні дані громадян.

Список використаних джерел

1. Бабанін С.В. Запобігання комп'ютерним кримінальним правопорушення: наук.-практ. посіб. Дніпро: Дніпропетр. держ. ун-т внутр. справ, 2022. 91 с.

2. Волобуєв А.Ф. Криміналістика: підручник / В. Д. Берназ, В. В. Бірюков, А. Ф. Волобуєв; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Х.: ХНУВС, 2011. 665 с.
3. Ларченко М.О. Деякі особливості розслідування кіберзлочинів: наук. вісн. Львів. держ. ун-т внутр. справ, № 3. Львів: Видавничий дім «Гельветика», 2024. 161 с.
4. Самойленко О.А. Основи методики розслідування злочинів, вчинених у кіберпросторі: монографія / за заг. ред. А. Ф. Волобуєва. Одеса: ТЕС, 2020. 112 с.

Кримінально-правова характеристика торгівлі людьми в Україні

Когут Вікторія Павлівна, студентка 2 курсу
Національного університету «Львівська політехніка»

Анотація. У роботі досліджено кримінально-правову характеристику торгівлі людьми в Україні. Проаналізовано положення ст. 149 КК України, визначено об'єкт, об'єктивну, суб'єктивну сторону та суб'єкт злочину, а також форми діяння і способи його вчинення. Особливу увагу приділено поняттю експлуатації людини, кваліфікуючим та особливо кваліфікуючим ознакам, що впливають на ступінь кримінальної відповідальності. Розглянуто також проблемні аспекти кваліфікації та складності застосування норми на практиці.

Основна частина. Торгівля людьми є одним із найбільш суспільно небезпечних транснаціональних злочинів, що посягає на основоположні права і свободи людини, зокрема право на свободу, особисту недоторканність та гідність. В Україні кримінальна відповідальність за цей злочин передбачена статтею 149 Кримінального кодексу України, яка є імплементацією міжнародних стандартів у сфері протидії торгівлі людьми, зокрема положень Палермського протоколу ООН.

Диспозиція ст. 149 КК України є альтернативною та складною, оскільки передбачає декілька альтернативних форм діяння (торгівля людиною, вербування, переміщення, переховування, передача або одержання людини), а також альтернативні способи їх вчинення (примус, викрадення, обман, шантаж, використання уразливого стану особи тощо) [1]. Така конструкція норми свідчить про прагнення законодавця охопити максимально широкий спектр суспільно небезпечних дій, пов'язаних із експлуатацією людини.

Торгівля людьми віднесена до Розділу III Особливої частини Кримінального кодексу України «Кримінальні правопорушення проти волі, честі та гідності особи», тому родовим об'єктом злочину є суспільні відносини у сфері охорони волі, честі та гідності особи.

Основним безпосереднім об'єктом цього злочину є суспільні відносини, що забезпечують честь і гідність особи, а також суспільні відносини, які забезпечують волю особи (крім випадків, коли торгівля людиною здійснюється за згодою потерпілого).

Додатковими факультативними об'єктами можуть виступати суспільні відносини, що забезпечують охорону життя та здоров'я людини, відносини власності, а також суспільні відносини у сфері службової діяльності, сімейних відносин і забезпечення моральності. Оскільки однією з кваліфікуючих ознак торгівлі людьми є спричинення тяжких наслідків, саме характер заподіяної шкоди визначає коло додаткових об'єктів, на які може посягати цей злочин.

Обов'язковою ознакою складу злочину «торгівля людьми» є потерпілий. Ним може бути будь-яка фізична особа незалежно від її соціального статусу, національності, громадянства, віку, стану здоров'я, моральних якостей чи інших індивідуальних характеристик [2].

Об'єктивна сторона характеризується діянням у таких формах як: торгівля людиною, вербування, переміщення, переховування, передача або одержання людини. Способом же є використання примусу, обману, шантажу, матеріальної чи іншої залежності потерпілого, з використанням уразливого стану або підкупу третьої особи, яка контролює потерпілого, для отримання згоди на його експлуатацію [3].

Відповідно до Конвенції Ради Європи про заходи щодо протидії торгівлі людьми термін «торгівля людьми» означає найм, перевезення, передачу, приховування або одержання осіб шляхом погрози або застосування сили чи інших форм примусу, насильницького викрадення, шахрайства, обману, зловживання владою або безпорадним станом або наданням чи отриманням плати чи вигоди для досягнення згоди особи, яка має владу над іншою особою, для експлуатації [4].

Вербування – це спосіб впливу на особу з метою залучення її до виконання певних завдань, нерідко злочинного характеру, без належного усвідомлення нею можливих наслідків [5].

Переміщення – це зміна місця перебування особи шляхом її транспортування або іншим способом як через державний кордон України, так і в межах її території.

Переховування – це дії, спрямовані на приховування особи шляхом її розміщення у приміщеннях, транспортних засобах або на віддалених територіях, а також приховування інформації про її місцезнаходження, забезпечення підробленими документами, зміна зовнішності шляхом пластичних операцій тощо.

Передача та одержання людини – це дії, пов'язані з переходом фактичного контролю над особою від однієї особи або групи осіб до іншої, що включає позбавлення потерпілого можливості самостійно визначати місце перебування та вільно пересуватися [2].

Суб'єктом торгівлі людьми є фізична осудна особа, яка досягла шістнадцятирічного віку. При цьому суб'єктами цього кримінального правопорушення визнаються як особа, що передає, так і особа, яка його одержує. Такий підхід є обґрунтованим, оскільки торгівля людьми за своєю природою передбачає участь щонайменше двох сторін злочинної взаємодії.

Водночас певні труднощі виникають при визначенні кола співучасників у складі цього кримінального правопорушення. Дискусійним залишається питання, чи може купівля-продаж людини відбуватися виключно між вербувальником та особою, яка здійснює експлуатацію, чи такі дії можливі також між іншими суб'єктами злочину [3].

Суб'єктивна сторона складу злочину характеризується виною у формі прямого умислу.

Обов'язковою ознакою суб'єктивної сторони є спеціальна мета – експлуатація людини. Водночас у кримінально-правовій доктрині відсутній єдиний підхід щодо того, для яких саме форм діяння ця мета є обов'язковою. Частина науковців вважає, що мета експлуатації повинна бути притаманною всім формам вчинення злочину, включаючи безпосередньо торгівлю людиною. Інші автори дотримуються позиції, що така мета є необхідною лише для окремих форм, зокрема вербування, переміщення, переховування, передачі або одержання людини. Наявність різних підходів зумовлена певною нечіткістю законодавчого формулювання. Водночас, якщо виходити з міжнародних стандартів та практики тлумачення поняття «торгівля людьми», мету експлуатації доцільно визнавати обов'язковою ознакою цього складу злочину незалежно від форми його вчинення [2].

Кваліфікуючі ознаки ч. 2 ст. 149 КК України Кримінальний кодекс України охоплюють випадки, коли торгівля людьми вчиняється щодо неповнолітнього або щодо кількох осіб, а також повторно чи за попередньою змовою групою осіб. До них також належить вчинення злочину службовою особою з використанням службового становища. Окремо закон виділяє випадки, пов'язані із застосуванням насильства, яке не є небезпечним для життя чи здоров'я потерпілого або його близьких, або погрозою його застосування.

Особливо кваліфікуючі ознаки ч. 3 ст. 149 КК України включають вчинення злочину щодо малолітнього, а також щодо неповнолітнього його батьками, усиновителями, опікунами чи піклувальниками. Підвищена відповідальність настає і у випадку вчинення злочину організованою групою, із застосуванням насильства, небезпечного для життя або здоров'я, або погрозою такого насильства. Також особливо кваліфікованими визнаються випадки, коли злочин спричинив тяжкі наслідки [1].

Висновки. Торгівля людьми є одним із найбільш суспільно небезпечних транснаціональних злочинів, що посягає на волю, честь і гідність особи та характеризується високим рівнем латентності. В Україні відповідальність за нього передбачена ст. 149 КК України, яка відображає міжнародні стандарти протидії цьому явищу. Аналіз складу злочину свідчить, що диспозиція норми є альтернативною та охоплює різні форми діяння і способи їх вчинення за обов'язкової мети експлуатації людини. Це забезпечує широкий обсяг кримінально-правової охорони, але водночас ускладнює кваліфікацію на практиці. Кваліфікуючі та особливо кваліфікуючі ознаки диференціюють відповідальність залежно від способу вчинення, кола потерпілих та наслідків, що свідчить про підвищену суспільну небезпечність окремих форм цього злочину.

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 10.05.2026)

2. Особливості кваліфікації та розслідування злочинів, пов'язаних з торгівлею людьми та незаконною міграцією. Навчальний посібник. Львів, 2019. 252 с. URL:<https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/3621/1/кваліфікація%20торгівлі%20людьми.pdf> (дата звернення: 10.05.2026)
3. Котова В. Кримінально-правова характеристика торгівлі людьми в умовах воєнного стану. Українська поліцейстика: теорія, законодавство, практика. 2024 № 1(9). URL: <https://policeyistika.dnuvs.ukr.education/index.php/policeyistyka/article/view/180/160> (дата звернення: 10.05.2026)
4. Конвенція Ради Європи про заходи щодо протидії торгівлі людьми від 16.05.2005. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_858#Text (дата звернення: 10.05.2026)
5. Вербування як елемент інформаційної війни URL: <https://illinivka.dn.ua/psychologist/verbuvannya-yak-element-informatsiynoyi-viynu.html> (дата звернення: 10.05.2026)



Секція: Інформаційні системи та технології



Використання REST API для автоматизації процесів обліку замовлень у вебзастосунках

Бурдай Василь Миколайович

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 121 «Інженерія програмного забезпечення»
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород

Актуальність теми зумовлена активним переходом малого бізнесу до цифрових інструментів обліку, продажу та комунікації з клієнтами. Для невеликих інтернет-магазинів, локальних виробників, сервісних компаній і підприємців важливим є не лише факт збереження замовлення, а й можливість швидко змінювати його статус, переглядати історію взаємодії з клієнтом, формувати накладні, контролювати оплату та отримувати дані для управлінських рішень. Традиційне ведення обліку у таблицях або месенджерах часто призводить до дублювання інформації, втрати замовлень, помилок під час ручного перенесення даних і складності масштабування процесів.

Одним із практичних підходів до вирішення цієї проблеми є створення веборієнтованої інформаційної системи, у якій клієнтська та серверна частини взаємодіють через REST API. Такий підхід дає змогу відокремити логіку користувацького інтерфейсу від бізнес-логіки, спростити підтримку програмного забезпечення та забезпечити можливість подальшої інтеграції з мобільними застосунками, CRM-модулями, платіжними сервісами або службами доставки. REST-архітектура ґрунтується на використанні стандартних HTTP-методів, уніфікованих адрес ресурсів та обміну даними у форматі JSON, що робить її зрозумілою для розробників і придатною для побудови прикладних інформаційних систем [1].

Метою роботи є обґрунтування доцільності використання REST API для автоматизації процесів обліку замовлень у вебзастосунках малого бізнесу та визначення основних архітектурних компонентів такої системи. Об'єктом дослідження є процеси реєстрації, збереження, пошуку, оновлення та аналізу замовлень. Предметом дослідження є програмні засоби й архітектурні рішення, що забезпечують реалізацію цих процесів у вебсередовищі.

Запропонована система може складатися з клієнтського вебінтерфейсу, серверного API, бази даних та додаткових сервісів для автентифікації, формування документів і журналювання подій. Клієнтська частина відповідає за відображення списку замовлень, форм створення й редагування, фільтрів, сторінок клієнтів і товарів. Серверна частина реалізує обробку HTTP-запитів,

перевірку прав доступу, валідацію вхідних даних, виконання бізнес-правил та взаємодію з базою даних. База даних зберігає інформацію про користувачів, клієнтів, товари, замовлення, статуси, оплату та історію змін.

Базовими ресурсами REST API для такої системи можуть бути `/orders`, `/customers`, `/products`, `/payments` та `/users`. Наприклад, метод `POST /orders` використовується для створення нового замовлення, `GET /orders` — для отримання списку замовлень із можливістю фільтрації, `GET /orders/{id}` — для перегляду конкретного замовлення, `PATCH /orders/{id}` — для часткового оновлення статусу або даних замовлення, `DELETE /orders/{id}` — для видалення або архівування запису. Така структура є логічною, оскільки кожен ресурс має чітке призначення, а дії над ним виконуються через стандартні HTTP-методи.

Особливу увагу необхідно приділити моделюванню замовлення як центральної сутності системи. Доцільно зберігати номер замовлення, дату створення, клієнта, список товарних позицій, кількість, ціну, суму, статус, спосіб оплати, спосіб доставки та службові поля для аудиту. Для малого бізнесу корисними є статуси на кшталт «нове», «в обробці», «очікує оплати», «відправлено», «виконано» та «скасовано». Це дозволяє швидко оцінювати поточне навантаження, бачити проблемні замовлення та уникати ситуацій, коли менеджер пропускає важливий етап обробки.

У контексті автоматизації важливим є не лише збереження даних, а й мінімізація ручних дій користувача. REST API може забезпечувати автоматичний розрахунок загальної вартості замовлення, перевірку наявності обов'язкових полів, формування PDF-документів, оновлення залишків товарів, пошук за клієнтом або номером замовлення, а також експорт даних для звітності. Для підвищення зручності роботи доцільно реалізувати сортування та фільтрацію за датою, статусом, сумою, відповідальним менеджером або каналом продажу.

Безпека системи може бути забезпечена через використання автентифікації на основі JWT-токенів, розмежування ролей користувачів і перевірку прав доступу до окремих ресурсів. Наприклад, адміністратор може керувати користувачами та налаштуваннями, менеджер — створювати й редагувати замовлення, а оператор — лише переглядати інформацію або змінювати окремі статуси. Окрім цього, важливо застосовувати валідацію вхідних даних на сервері, обмеження кількості запитів, логування помилок і захист від несанкціонованого доступу до персональних даних клієнтів [2].

Для реалізації серверної частини можуть бути використані Node.js та Express.js або NestJS. Node.js дає змогу створювати масштабовані серверні застосунки на JavaScript, а Express.js забезпечує простий механізм маршрутизації та обробки запитів [3]. NestJS, у свою чергу, надає більш структурований підхід до побудови модулів, сервісів, контролерів і механізмів валідації, що може бути корисним для середніх і великих проєктів. Для документування API доцільно використовувати OpenAPI/Swagger, оскільки це полегшує тестування, інтеграцію та подальшу підтримку системи [4].

Клієнтська частина може бути реалізована за допомогою React, який забезпечує компонентний підхід до побудови інтерфейсів користувача [5]. Для системи обліку замовлень це дозволяє створювати окремі компоненти таблиці замовлень, картки клієнта, модального вікна редагування, форми пошуку та панелі статистики. Компонентна структура спрощує повторне використання коду й дає змогу поступово розширювати функціональність без повної перебудови застосунку.

Перевагою REST API у запропонованій системі є можливість незалежного розвитку клієнтської та серверної частин. Наприклад, спочатку може бути створений вебінтерфейс для менеджера, а згодом — мобільний застосунок для власника бізнесу або окремий кабінет клієнта. Усі ці клієнти можуть працювати з одним і тим самим API, що зменшує дублювання логіки та підвищує гнучкість системи. Крім того, REST API спрощує інтеграцію зі сторонніми сервісами, такими як платіжні шлюзи, поштові оператори, аналітичні панелі або системи електронного документообігу.

Тестування такої системи доцільно здійснювати на кількох рівнях. Unit-тести можуть перевіряти окремі функції та сервіси, інтеграційні тести — коректність роботи API з базою даних, а end-to-end тести — повний сценарій створення, оновлення та завершення замовлення. Для API важливо перевірити правильність статус-кодів, обробку помилок, захист приватних маршрутів і стабільність роботи під типовим навантаженням. Документування тестових сценаріїв також підвищує якість супроводу системи.

Отже, використання REST API для автоматизації процесів обліку замовлень у вебзастосунках є доцільним для малого бізнесу, оскільки забезпечує структуровану взаємодію між клієнтською та серверною частинами, спрощує інтеграцію з іншими сервісами та створює основу для масштабування програмного продукту. Запропонований підхід дає змогу зменшити кількість ручних операцій, підвищити точність обліку, прискорити обробку замовлень і надати власнику бізнесу доступ до актуальної інформації для прийняття управлінських рішень.

Подальший розвиток системи може передбачати додавання аналітичного модуля, автоматичних сповіщень, інтеграції зі службами доставки, експорту звітів, підтримки багатокористувацького режиму та розширених механізмів контролю доступу. Таким чином, REST API виступає не лише технічним способом обміну даними, а й архітектурною основою для створення гнучкої інформаційної системи управління замовленнями.

Список використаних джерел

1. Fielding R. T. Architectural Styles and the Design of Network-based Software Architectures : dissertation. University of California, Irvine, 2000. URL: <https://www.ics.uci.edu/~fielding/pubs/dissertation/top.htm> (дата звернення: 10.05.2026).

2. OWASP Foundation. OWASP API Security Top 10 – 2023. URL: <https://owasp.org/API-Security/> (дата звернення: 10.05.2026).
3. Node.js Foundation. Node.js Documentation. URL: <https://nodejs.org/docs> (дата звернення: 10.05.2026).
4. OpenAPI Initiative. OpenAPI Specification. URL: <https://spec.openapis.org/oas/latest.html> (дата звернення: 10.05.2026).
5. React Documentation. React: The library for web and native user interfaces. URL: <https://react.dev/> (дата звернення: 10.05.2026).



Секція: Туризм



Перспективи розвитку туризму Хмельницької області в умовах сучасних викликів

Розмазніна Вікторія Анатоліївна

Студентка 4 курсу бакалаврського рівня вищої освіти
Державний університет «Київський авіаційний інститут», Київ

Науковий керівник:

Вишневський Віктор Іванович

доктор географічних наук, професор
Державний університет «Київський авіаційний інститут», Київ

Анотація. У статті досліджено перспективи розвитку туризму в Хмельницькій області в умовах сучасних викликів. Проаналізовано туристично-рекреаційний потенціал регіону, основні проблеми та чинники розвитку туристичної галузі. Визначено роль екологічного, сільського та культурно-пізнавального туризму у забезпеченні сталого розвитку області. Обґрунтовано значення цифровізації та модернізації туристичної інфраструктури для підвищення конкурентоспроможності регіону. Зроблено висновок щодо перспектив інтеграції Хмельниччини у міжнародний туристичний простір.

Ключові слова: туризм, Хмельницька область, туристична інфраструктура, екотуризм, регіональний розвиток, цифровізація.

Основна частина. У сучасних умовах трансформації національної економіки, що зумовлені впливом глобалізаційних процесів, наслідками пандемії COVID-19 та загостренням безпекової ситуації в країні, туристична галузь набуває особливої ваги як один із ключових інструментів забезпечення регіонального розвитку. У цьому контексті Хмельницька область вирізняється наявністю значного туристично-рекреаційного потенціалу, що обумовлює доцільність дослідження перспектив її подальшого розвитку в умовах сучасних викликів.

Регіон характеризується сприятливими передумовами для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, зокрема завдяки поєднанню природних ресурсів та історико-культурної спадщини. На території області функціонують національні природні парки «Подільські Товтри» та «Мале Полісся», а частка природно-заповідного фонду перевищує 15% загальної площі, що створює належну базу для розвитку екологічного, оздоровчого та активного туризму (Хмельницька обласна військова адміністрація, 2026). Водночас вагомим є культурний потенціал регіону, представлений значною кількістю пам'яток історії та культури, зокрема у місті Хмельницькому, де налічується

близько 140 об'єктів культурної спадщини, що сприяє формуванню культурно-пізнавальних туристичних маршрутів.

Позитивною тенденцією останніх років є зростання обсягів туристичних надходжень, що свідчить про поступове відновлення туристичної активності навіть в умовах нестабільності. Зокрема, у 2025 році обсяг туристичного збору в області перевищив 10 млн грн, що демонструє зростаючий інтерес до регіону як туристичної дестинації (Коцупей, 2026). Разом із тим розвиток туристичної сфери відбувається під впливом низки суттєвих викликів. Насамперед це воєнний стан, який значно обмежив міжнародні туристичні потоки та зумовив переорієнтацію галузі на внутрішній туризм. Важливими стримуючими чинниками залишаються також економічна нестабільність, що впливає на платоспроможність населення, недостатній рівень розвитку транспортної та туристичної інфраструктури, а також необхідність адаптації до сучасних умов цифровізації.

Водночас варто зазначити, що процеси децентралізації сприяли підвищенню ролі територіальних громад у розвитку туризму, що забезпечує більш ефективне використання місцевих ресурсів і формування унікальних туристичних продуктів на локальному рівні (Задворний, 2022). У цих умовах особливого значення набуває визначення стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі регіону.

Одним із пріоритетних напрямів є розвиток екологічного та сільського туризму, що базується на використанні природного потенціалу та автентичних особливостей сільських територій. Такий підхід дозволяє поєднати економічну вигоду з принципами сталого розвитку та збереження навколишнього середовища (Матеюк, 2020). Важливим є також активне впровадження цифрових технологій у сферу туризму, що передбачає створення сучасних інформаційних платформ, мобільних додатків і туристичних порталів, спрямованих на підвищення доступності та привабливості туристичних послуг. Значні перспективи має розвиток культурно-пізнавального туризму, що ґрунтується на багатій історико-культурній спадщині регіону та можливості організації тематичних маршрутів і фестивальних заходів.

Висновки. Інтеграція регіону у міжнародний туристичний простір є важливим напрямом розвитку, реалізація якого стане можливою за умови стабілізації безпекової ситуації. Це сприятиме залученню іноземних туристів, розширенню транскордонного співробітництва та участі у міжнародних туристичних ініціативах. Водночас модернізація туристичної інфраструктури, зокрема підвищення якості обслуговування та транспортної доступності, створює необхідні передумови для формування конкурентоспроможного туристичного комплексу. Загалом ефективне використання ресурсного потенціалу, впровадження інноваційних підходів і активізація ролі місцевих громад сприятимуть сталому соціально-економічному розвитку регіону та зростанню туристичних потоків.

Список використаних джерел

1. Хмельницька обласна військова адміністрація. (2026). Хмельниччина. Місця пам'яті. https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1562
2. Коцупей О. (2026). Хмельниччина суттєво випередила сусідні області за сумою туристичного збору. YE.ua. https://ye.ua/economica/77990_Hmelnichchina_suttyevo_viperedila_susidni_oblasti_za_sumoyi_turistichnogo_zboru.html
3. Задворний С. (2022). Управління розвитком туризму в локальних спільнотах (досвід територіальних громад Хмельницької області). Економіка та суспільство, 46 . <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-7>
4. Матеюк О. П. (2020). Оцінка екотуристичного потенціалу Хмельницької області як складової сталого розвитку регіону. Вісник Хмельницького національного університету, 2, 235-240. <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2020-283-2-235-240>



Секція: Музичне мистецтво



Продюсування артиста в сфері шоу-бізнесу: формування та реалізація дебютного релізу

Басалко Ілона Ярославівна, здобувач вищої освіти бакалаврського рівня
Факультет івент менеджменту, фешн і шоу-бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

Науковий керівник:

Малоока Леся Василівна, кандидат історичних наук, доцент
Факультет івент менеджменту, фешн і шоу-бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

Анотація. У тезах розглянуто сутність продюсерської діяльності в музичній індустрії та особливості формування й реалізації дебютного релізу артиста в умовах цифровізації шоу-бізнесу. Проаналізовано основні етапи продюсування — від концептуалізації образу виконавця до просування готового продукту на стримінгових платформах і в соціальних мережах. Визначено ключові чинники успіху дебютного релізу в сучасному конкурентному середовищі.

Сучасний шоу-бізнес є однією з найбільш динамічних та конкурентних галузей культурної індустрії. Поява стримінгових платформ, соціальних мереж і доступних цифрових інструментів запису докорінно змінила механізми просування музичних виконавців. У цих умовах роль продюсера трансформувалась: сьогодні він є не лише організатором творчого процесу, а й стратегом, маркетологом і менеджером артиста в одній особі.

Особливої уваги заслуговує початковий етап кар'єри виконавця — момент підготовки та виходу дебютного релізу. Саме перший реліз формує публічний образ артиста, визначає цільову аудиторію та закладає основу для подальшого розвитку. Від якості продюсерської роботи на цьому етапі значною мірою залежить, чи отримає виконавець визнання або залишиться непоміченим.

Продюсування в шоу-бізнесі являє собою комплексну діяльність, що охоплює творчі, організаційні та комерційні аспекти роботи з артистом. У науковій літературі продюсер розглядається як суб'єкт, що здійснює загальне керівництво процесом створення та просування музичного продукту [1]. Водночас у сучасній практиці межі цього поняття розширилися: продюсер все частіше виконує функції бренд-менеджера, піарника та цифрового стратега.

Формування образу артиста є першочерговим завданням на початковому етапі продюсерської роботи. Образ (або «артист-бренд») включає візуальну ідентичність, комунікаційний стиль, жанрову приналежність та ціннісне позиціонування. Дослідники у сфері музичного менеджменту зазначають, що ефективний артист-бренд має бути автентичним, послідовним та орієнтованим

на конкретну цільову аудиторію [2]. Саме тому перед записом дебютного матеріалу продюсер разом з артистом визначає ключові смислові та естетичні характеристики проекту.

Підготовка дебютного релізу охоплює кілька взаємопов'язаних етапів. По-перше, концептуалізація: формулювання художньої ідеї, підбір репертуару або написання авторського матеріалу, визначення звукового стилю. По-друге, виробництво: запис, зведення та мастеринг треків у відповідності до стандартів стримінгових платформ. По-третє, передвиpusкна підготовка: реєстрація авторських прав, розробка обкладинки, формування контент-плану для соціальних мереж та медіакіт для ЗМІ.

Цифровізація музичної індустрії суттєво вплинула на стратегії реалізації релізів. Якщо раніше успіх артиста значною мірою залежав від підписання контракту з великим лейблом, то сьогодні незалежні виконавці мають змогу самостійно розповсюджувати музику через цифрових дистриб'юторів та охоплювати мільйонну аудиторію завдяки соціальним мережам. За даними Міжнародної федерації фонографічної індустрії, стримінгові платформи генерують понад 67% загальних доходів музичної індустрії у світі [3], що підкреслює критичну важливість цифрового розповсюдження.

Просування дебютного релізу передбачає використання багатоканальної комунікаційної стратегії. Ключову роль відіграють соціальні мережі — TikTok, Instagram та YouTube — де контент може набувати вірусного поширення навіть без значного рекламного бюджету. Передреліз-кампанія, як правило, включає тизерний контент, анонси, колаборації з інфлюенсерами та ексклюзивний попередній доступ для підписників. Паралельно ведеться робота з музичними медіа та плейлист-кураторами стримінгових сервісів.

Важливим аспектом є також фінансове планування дебютного релізу. Продюсер несе відповідальність за розподіл бюджету між студійним записом, просуванням, відеозйомкою та юридичним захистом інтелектуальної власності. Помилки у фінансовому плануванні можуть призвести до того, що якісний з творчої точки зору реліз не досягне своєї аудиторії через недостатнє інвестування у просування.

Таким чином, продюсування артиста в шоу-бізнесі є багатоаспектним процесом, що поєднує творчу, організаційну та маркетингову складові. Формування дебютного релізу вимагає системного підходу: від концептуалізації образу артиста до реалізації цілісної стратегії просування в цифровому середовищі. В умовах цифровізації музичної індустрії незалежні артисти отримали безпрецедентні можливості для самостійного виходу на ринок, проте успіх дебюту визначається насамперед якістю продюсерської роботи та релевантністю обраних інструментів просування. Практична значущість дослідження полягає у систематизації актуальних підходів до продюсування на етапі дебютного релізу, що може бути використано як орієнтир для початківців-продюсерів і незалежних артистів.

Список використаних джерел

1. Пасічник, О. В. (2020). Продюсерська діяльність у сучасній музичній індустрії України. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв, 3(1), 45–57. <https://doi.org/10.31866/2616-7573.3.1.2020.205291>
2. Anderton, C., Dubber, A., & James, M. (2013). Understanding the music industries. SAGE Publications.
3. IFPI. (2023). Global music report 2023: State of the industry. International Federation of the Phonographic Industry. <https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-2023/>
4. Kusek, D., & Leonhard, G. (2005). The future of music: Manifesto for the digital music revolution. Berklee Press.
5. Negus, K. (1992). Producing pop: Culture and conflict in the popular music industry. Edward Arnold.



Секція: Психологія та психіатрія



Інформаційний шум як чинник розвитку емоційного вигорання в сучасному суспільстві

Кузьменко Юлія Ігорівна, студентка 3 курсу
Факультет психології та соціальних технологій
Європейський університет, Україна

Сучасне суспільство характеризується надзвичайно швидким розвитком інформаційних технологій та постійним зростанням обсягів інформації. Людина щоденно отримує величезну кількість повідомлень, новин, реклами, візуального контенту та інформації із соціальних мереж. Постійна доступність цифрового середовища створює ситуацію безперервного інформаційного потоку, який часто перевищує можливості психіки до його повноцінного опрацювання [1, 5].

Інформаційний шум являє собою надлишок інформації, значна частина якої не має практичної цінності, однак потребує уваги та психічних ресурсів людини. Велика кількість повідомлень, новин та стимулів призводить до перевантаження нервової системи, погіршення концентрації уваги та емоційного виснаження.

Особливо актуальною ця проблема стала в умовах активного використання соціальних мереж та цифрових платформ. Людина постійно перебуває у стані інформаційної включеності: читає новини, переглядає стрічки соціальних мереж, відповідає на повідомлення та отримує нові інформаційні стимули. Відсутність психологічного відпочинку та інформаційної тиші поступово виснажує психіку та може сприяти розвитку емоційного вигорання [2].

Емоційне вигорання є станом психоемоційного виснаження, який виникає внаслідок тривалого стресу та перевантаження. Для нього характерні хронічна втома, апатія, зниження мотивації, емоційна нестабільність та відчуття внутрішнього виснаження.

Актуальність даної теми полягає у необхідності дослідження впливу інформаційного середовища на психічне здоров'я людини та пошуку способів профілактики емоційного вигорання в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Інформаційний шум — це надмірна кількість інформації, яка ускладнює сприйняття дійсно важливих повідомлень та перевантажує психіку людини.

Сучасна людина часто перебуває у стані багатозадачності, одночасно взаємодіючи з декількома джерелами інформації. Це призводить до перевантаження уваги та зниження здатності до глибокого аналізу інформації.

Особливо негативно інформаційний шум впливає на дітей, підлітків та молодь, оскільки їхня психіка є більш чутливою до зовнішніх стимулів. Постійне

перебування у цифровому середовищі може сприяти підвищенню рівня тривожності, емоційної нестабільності та психічного виснаження.

Емоційне вигорання є станом фізичного, емоційного та психічного виснаження, який виникає внаслідок тривалого стресу та перевантаження. Спочатку цей термін використовувався переважно щодо професійної діяльності, однак сьогодні емоційне вигорання дедалі частіше пов'язують із загальним способом життя та надмірним інформаційним навантаженням [3, 5].

Основними симптомами емоційного вигорання є хронічна втома, апатія, емоційна виснаженість, дратівливість, зниження працездатності, труднощі концентрації уваги, втрата мотивації, підвищений рівень тривожності та порушення сну.

Людина у стані емоційного вигорання часто відчуває внутрішню спустошеність, байдужість до діяльності та труднощі у виконанні навіть звичних завдань. У деяких випадках можуть виникати психосоматичні прояви: головний біль, безсоння, тахікардія та постійне відчуття виснаження.

Соціальні мережі відіграють особливу роль у формуванні інформаційного перевантаження. Людина постійно стикається з великою кількістю новин, емоційних повідомлень, порівнянням себе з іншими людьми та необхідністю швидко реагувати на інформацію.

Інформаційний шум негативно впливає на:

- концентрацію уваги;
- якість сну;
- здатність до відпочинку;
- емоційну стабільність;
- продуктивність;
- пам'ять та когнітивні процеси.

Цифрове середовище значно змінило спосіб життя сучасної людини. Смартфони та соціальні мережі забезпечують постійний доступ до інформації, що створює ефект безперервної включеності у події.

Багато людей відчувають потребу постійно перевіряти повідомлення, новини та соціальні мережі. Така поведінка формує психологічну залежність від інформаційного потоку та ускладнює процес емоційного відновлення.

Крім того, соціальні мережі часто створюють ілюзію необхідності постійної продуктивності та успішності. Людина починає порівнювати себе з іншими, що може сприяти зниженню самооцінки та розвитку емоційного виснаження.

Одним із важливих способів профілактики емоційного вигорання є контроль інформаційного навантаження. Людині важливо формувати навички усвідомленого споживання інформації та обмежувати надлишковий інформаційний потік.

Основними методами профілактики є обмеження часу використання соціальних мереж, регулярний відпочинок від цифрових пристроїв, дотримання

режиму сну, фізична активність, психологічна саморегуляція, розвиток навичок емоційної стійкості, підтримання балансу між роботою та відпочинком [4].

Важливу роль також відіграє інформаційна гігієна — здатність людини свідомо обирати джерела інформації та уникати надмірного інформаційного навантаження.

Психологічна підтримка, спілкування з близькими людьми та наявність якісного відпочинку також сприяють збереженню психічного здоров'я та зниженню ризику емоційного вигорання.

Висновки

Інформаційний шум є однією з важливих психологічних проблем сучасного суспільства. Постійне інформаційне перевантаження негативно впливає на психоемоційний стан людини, сприяє розвитку тривожності, хронічного стресу та емоційного вигорання.

Таким чином, проблема інформаційного шуму потребує подальшого дослідження, оскільки вона безпосередньо пов'язана зі збереженням психічного здоров'я людини у сучасному інформаційному суспільстві.

Список використаних джерел

1. Маслач К. Професійне вигорання: психологічний аспект. – Київ, 2020.
2. Bauman Z. Liquid Modernity. – Cambridge, 2019.
3. Carr N. The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains. – New York, 2021.
4. World Health Organization. Mental Health and Digital Environment. – Geneva, 2023.
5. Rosen L. The Distracted Mind: Ancient Brains in a High-Tech World. – London, 2022.



Секція: Освіта та педагогіка



Вплив фізичного розвитку дитини на формування когнітивних та розумових здібностей у майбутньому

Бабенко Анна Сергіївна, здобувачка вищої освіти

Факультет початкового навчання

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

У сучасному суспільстві питання гармонійного розвитку дитини набуває особливої актуальності. Значна увага приділяється інтелектуальному розвитку дітей, розвитку мовлення, навичок навчання та соціальної адаптації. Водночас проблема фізичного розвитку часто недооцінюється, хоча саме він є важливою основою для повноцінного функціонування організму та формування когнітивних процесів [1].

Фізичний розвиток дитини включає формування рухових навичок, розвиток координації, витривалості, сили, швидкості реакції та загального фізичного здоров'я. У процесі рухової активності активізується робота нервової системи, покращується кровообіг та насичення мозку киснем, що безпосередньо впливає на розвиток когнітивних функцій.

Фізичний розвиток є одним із найважливіших компонентів загального розвитку дитини. Саме у дитячому віці активно формуються нервова система, мозок, опорно-руховий апарат та основні психічні процеси. Рухова активність стимулює розвиток організму та сприяє гармонійному фізичному й психічному становленню особистості.

У процесі фізичної активності покращується кровообіг, активізується обмін речовин та підвищується рівень кисню, який надходить до головного мозку. Це створює сприятливі умови для розвитку пам'яті, уваги, мислення та мовлення.

Фізична активність також сприяє формуванню дисципліни, самоконтролю, здатності концентрувати увагу, емоційної стійкості, соціальних навичок.

Особливо важливими є активні ігри, спорт, прогулянки на свіжому повітрі та вправи, які потребують координації рухів. Такі види діяльності стимулюють одночасну роботу різних відділів мозку та сприяють розвитку міжпівкульної взаємодії.

Когнітивні здібності включають пам'ять, увагу, мислення, швидкість обробки інформації, мовлення та здатність до навчання. У дитячому віці ці процеси активно формуються та значною мірою залежать від способу життя дитини [2].

Наукові дослідження свідчать про те, що регулярна фізична активність позитивно впливає на когнітивне функціонування. Під час руху активізується

робота нервової системи, покращується передача нервових імпульсів та стимулюється утворення нових нейронних зв'язків.

Діти, які мають достатній рівень фізичної активності краще концентрують увагу, швидше запам'ятовують інформацію, демонструють вищу здатність до навчання, мають кращу емоційну стабільність та легше адаптуються до нових умов.

Фізична активність також позитивно впливає на розвиток виконавчих функцій мозку, які відповідають за планування, контроль поведінки, прийняття рішень та саморегуляцію. Саме ці навички є важливими для успішного навчання та соціальної адаптації у майбутньому.

Головний мозок дитини є надзвичайно чутливим до зовнішніх факторів, особливо у ранньому віці. Рухова активність стимулює розвиток нервових клітин та сприяє формуванню нових нейронних зв'язків.

Під час фізичних навантажень організм виробляє речовини, які позитивно впливають на роботу мозку та психоемоційний стан. Зокрема, підвищується рівень ендорфінів та серотоніну, що сприяє покращенню настрою та зниженню рівня тривожності [1, 2].

Крім того, фізична активність допомагає зменшити психоемоційне напруження та стрес, які можуть негативно впливати на когнітивні процеси. Активні діти часто мають більш стабільний емоційний стан та краще справляються зі стресовими ситуаціями.

Особливе значення має розвиток дрібної моторики, оскільки вона безпосередньо пов'язана з розвитком мовлення, мислення та координації. Ігри з дрібними предметами, малювання, ліплення та інші види діяльності стимулюють роботу мозку та сприяють розвитку пізнавальних процесів.

Рівень фізичного розвитку у дитячому віці може впливати на подальшу успішність людини у навчанні та професійній діяльності. Діти, які регулярно займаються фізичною активністю, часто мають кращу концентрацію уваги, вищу працездатність та більшу стійкість до навантажень [3].

Фізична активність сприяє формуванню:

- відповідальності;
- організованості;
- наполегливості;
- вміння працювати у команді;
- здатності долати труднощі.

Ці якості мають важливе значення не лише для навчання, але й для майбутнього професійного та соціального життя.

Крім того, фізично активні діти рідше стикаються з проблемами емоційного вигорання, хронічної втоми та тривожних станів у підлітковому та дорослому віці. Регулярна рухова активність формує звичку піклуватися про власне здоров'я та підтримувати психоемоційний баланс.

Важливу роль у фізичному розвитку дитини відіграють батьки та освітнє середовище. Саме дорослі формують у дитини ставлення до фізичної активності та здорового способу життя.

Освітні заклади також мають сприяти розвитку фізичної активності через уроки фізичної культури, спортивні заходи та активне дозвілля дітей.

Висновки

Фізичний розвиток дитини є важливою умовою гармонійного формування особистості та розвитку когнітивних здібностей. Регулярна фізична активність позитивно впливає на роботу мозку, пам'ять, увагу, мислення та здатність до навчання.

Рухова активність сприяє розвитку емоційної стійкості, соціальних навичок та психічного благополуччя дитини. Достатній рівень фізичного розвитку у дитячому віці створює основу для успішного навчання, професійної реалізації та збереження психічного здоров'я у майбутньому.

Таким чином, фізичний розвиток слід розглядати не лише як компонент фізичного здоров'я, але і як важливий чинник інтелектуального та психологічного розвитку особистості.

Список використаних джерел

1. Максименко С. Д. Психологія розвитку дитини. – Київ, 2020.
2. Савченко О. Я. Вікова психологія. – Київ: Освіта, 2019.
3. Piaget J. The Psychology of the Child. – New York, 2018.



Секція: Логістика та транспортні технології



Використання GPS-технологій у транспортній логістиці

Біленко Ольга Вікторівна, студентка
Кафедра Транспортні системи і логістика
Одеський автомобільно-дорожній фаховий коледж

Анотація

У тезах розглядається роль GPS-технологій у сучасній транспортній логістиці. Проаналізовано їх вплив на оптимізацію маршрутів, контроль транспорту, підвищення ефективності перевезень та зниження витрат компаній. Окреслено основні переваги використання систем супутникового моніторингу, а також виклики, пов'язані з їх впровадженням і використанням у логістичних процесах.

Ключові слова: GPS, логістика, транспорт, моніторинг, маршрутизація, цифрові технології, ефективність перевезень.

Сучасна транспортна логістика перебуває під впливом активної цифровізації, що змінює підходи до управління перевезеннями та контролю транспортних засобів. Однією з ключових технологій, яка суттєво вплинула на розвиток логістичних систем, є GPS-навігація.

Використання супутникових систем дозволяє в режимі реального часу відстежувати місцезнаходження транспорту, аналізувати маршрути руху та оптимізувати логістичні процеси. Це значно підвищує ефективність управління транспортними потоками та знижує витрати підприємств.

Актуальність теми зумовлена зростанням обсягів вантажоперевезень, необхідністю підвищення точності доставки та скороченням логістичних витрат у сучасних економічних умовах.

GPS-технології стали невід'ємною частиною сучасної транспортної системи. Вони базуються на використанні супутникової навігації, яка дозволяє точно визначати координати транспортного засобу в будь-який момент часу.

У логістиці GPS використовується для моніторингу руху транспорту, контролю дотримання маршрутів, планування та оптимізації перевезень, управління автопарком, підвищення безпеки перевезень та ін.

Завдяки цим можливостям компанії отримують повний контроль над логістичними процесами та можуть оперативно реагувати на зміни ситуації на маршруті.

Впровадження GPS-технологій суттєво підвищує ефективність логістичних систем. Однією з основних переваг є можливість оптимізації маршрутів, що дозволяє зменшити витрати пального та скоротити час доставки вантажів.

Також важливим аспектом є підвищення прозорості логістичних процесів. Компанії можуть у режимі реального часу відстежувати рух транспорту та контролювати виконання замовлень.

Серед основних переваг можна виділити:

- зниження витрат на транспортні операції;
- підвищення точності доставки;
- покращення контролю автопарку;
- зменшення ризику затримок;
- підвищення безпеки перевезень;
- ефективне планування ресурсів.

Крім того, GPS-моніторинг дозволяє аналізувати поведінку водіїв, що сприяє підвищенню дисципліни та безпеки на дорогах.

Одним із ключових напрямів використання GPS у логістиці є оптимізація маршрутів. Системи супутникового моніторингу дозволяють враховувати дорожню ситуацію, затори, погодні умови та інші фактори, що впливають на рух транспорту.

Завдяки цьому можна будувати найбільш ефективні маршрути, які забезпечують мінімальні витрати часу та ресурсів. Це особливо важливо для компаній, які займаються регулярними вантажними перевезеннями або доставкою товарів.

Оптимізація маршрутів також сприяє зниженню негативного впливу транспорту на довкілля через зменшення витрат пального та скорочення зайвих пробігів.

Попри значні переваги, використання GPS у логістиці супроводжується певними викликами. Однією з проблем є залежність від якості сигналу супутникової навігації, яка може погіршуватися в міських умовах або складному рельєфі.

Також впровадження GPS-систем потребує фінансових інвестицій у обладнання, програмне забезпечення та навчання персоналу. Для деяких компаній це може бути суттєвим бар'єром.

Серед інших викликів можна виділити:

- ризику кібербезпеки та витоку даних;
- необхідність технічного обслуговування систем;
- опір персоналу до нових технологій;
- залежність від стабільності цифрової інфраструктури.

Подальший розвиток GPS-технологій пов'язаний із їх інтеграцією з іншими цифровими системами, такими як штучний інтелект, великі дані та автоматизовані системи управління транспортом.

У майбутньому очікується ще більша автоматизація логістичних процесів, включаючи автономні транспортні засоби, інтелектуальні системи маршрутизації, прогнозування затримок на основі аналітики даних та повну цифровізацію управління автопарками.

Ці тенденції сприятимуть підвищенню ефективності логістичних систем та зниженню витрат бізнесу.

Висновки

GPS-технології відіграють ключову роль у розвитку сучасної транспортної логістики. Вони дозволяють підвищити ефективність перевезень, оптимізувати маршрути, знизити витрати та покращити контроль над транспортними процесами.

Попри певні виклики, пов'язані з впровадженням і використанням, GPS-системи стають невід'ємною частиною цифрової трансформації логістичної галузі.

Таким чином, використання GPS-технологій є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності транспортних компаній у сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. Wood D. GPS and Navigation Systems in Logistics. – London, 2021.
2. World Bank. Digital Transport and Logistics. – Washington, 2023.
3. Коваленко І. Сучасні інформаційні технології в логістиці. – Київ, 2020.



Секція: Дизайн



Роль кольору у мистецтві: естетичний, психологічний та символічний виміри

Горбач Марина, студентка 3 курсу
Факультет культури і мистецтв
Волинського національного університету імені Лесі Українки

Анотація

У тезах розглядається значення кольору у мистецтві як одного з ключових засобів художньої виразності. Проаналізовано естетичну, психологічну та символічну функції кольору у формуванні художнього образу. Окреслено вплив кольорової гами на емоційне сприйняття творів мистецтва та її роль у передачі змісту й настрою художніх робіт.

Ключові слова: колір, мистецтво, художній образ, емоції, символіка, естетика, сприйняття.

Одним із найважливіших засобів художньої виразності в образотворчому мистецтві є колір. Він використовується для передачі емоцій, створення настрою та формування цілісного художнього образу. З найдавніших часів митці застосовували кольорові рішення не лише як декоративний елемент, але й як засіб комунікації з глядачем.

У різні історичні періоди роль кольорової палітри змінювалася, проте її значення залишалося фундаментальним для художньої практики. Візуальні відтінки здатні впливати на емоційний стан людини, викликати асоціації та передавати глибокий символічний зміст.

У художній практиці він виконує важливу естетичну функцію, формуючи загальне візуальне враження від твору. Гармонійне поєднання відтінків дозволяє створювати композиції, які є привабливими для сприйняття та викликають естетичне задоволення.

Митці використовують кольорові рішення для побудови композиції, виділення головних елементів та створення глибини зображення. Контрастні або м'які поєднання допомагають керувати увагою глядача та формувати цілісний художній образ.

Різні відтінки мають значний вплив на емоційний стан людини. Візуальні рішення можуть викликати різні почуття та асоціації: теплі тони часто пов'язані з енергією та активністю, тоді як холодні — зі спокоєм або стриманістю.

У мистецтві цей психологічний аспект використовується для передачі настрою твору. Завдяки правильному добору палітри художник може підсилити драматизм сцени, передати внутрішній стан персонажів або створити атмосферу гармонії чи напруги.

Таким чином, візуальна палітра є не лише естетичним, але й емоційним інструментом художньої виразності.

Окрім естетичного та психологічного впливу, кольорова гама часто має символічне навантаження. У різних культурах одні й ті самі відтінки можуть трактуватися по-різному.

Наприклад, світлі тони можуть асоціюватися з чистотою або духовністю, насичені червоні — з енергією чи пристрасстю, а темні — з глибиною або трагічністю. Такі асоціації використовуються художниками для підсилення змісту творів.

У процесі створення твору мистецтва візуальні рішення відіграють ключову роль у формуванні художнього образу. Вони допомагають передати не лише зовнішні характеристики об'єкта, але й його емоційний та змістовий контекст.

Через правильне поєднання відтінків створюється атмосфера твору, підкреслюються головні ідеї та спрямовується увага глядача. Саме тому візуальна палітра є важливим елементом художньої мови.

Висновки

Засоби кольорової виразності відіграють багатогранну роль у мистецтві, виконуючи естетичну, психологічну та символічну функції. Вони є важливим інструментом формування художнього образу та значно впливають на сприйняття творів мистецтва.

Завдяки використанню кольору мистецькі твори набувають емоційної глибини, виразності та багаторівневого змісту. Таким чином, він є невід'ємною складовою художньої мови та одним із ключових засобів художньої виразності.

Список використаних джерел

1. Боров Ю. Б. Естетика : підручник. – Київ : Вища школа, 2005. – 551 с.
2. Ковальчук О. В. Колір як засіб художньої виразності в образотворчому мистецтві // Мистецтвознавчі записки. – 2021. – № 39. – С. 112–118.
3. Лозинський В. Т. Основи кольорознавства : навчальний посібник. – Львів : Світ, 2019. – 214 с.
4. Масол Л. М. Теорія і методика навчання мистецтва : навчальний посібник. – Харків : Ранок, 2016. – 368 с.

Збірник наукових праць
1-ї Міжнародної студентської наукової конференції
**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА
ТЕХНОЛОГІЙ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД»**
12-13 травня 2026р.
м. Київ, Україна

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК №8621 від 21.04.2026

Організаційний комітет може не погоджуватися з точкою зору авторів.
Автори несуть відповідальність за правильність тексту тез.



<https://science-vector.com/>
e-mail: info@science-vector.com