

**Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Вінницький національний технічний університет
Інститут комп'ютерної інженерії, автоматизації,
робототехніки та програмування ім.П.Н.Платонова**



МАТЕРІАЛИ

**V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО – ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ, АСПІРАНТІВ
ТА СТУДЕНТІВ**

**«КОМП'ЮТЕРНІ ІГРИ І МУЛЬТИМЕДІА
ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД
ДО КОМУНІКАЦІЇ - 2025»**

**25-26 вересня 2025 р.
ОДЕСА**

≡ **ПРЕЗИДІЯ ТА ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ** ≡

ПРЕЗИДІЯ

Лариса Іванченкова	Ректор Одеського національного технологічного університету, д.е.н., професор
Богдан Єгоров	Радник ректора, академік НААН України, д.т.н., професор
Ольга Ольшевська	Проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків ОНТУ, к.т.н., доцент
Тетяна Ревенюк	В.о. директора навчально-наукового інституту Комп'ютерної інженерії, автоматизації, робототехніки та програмування ОНТУ, к.т.н., доцент

ГОЛОВА ОРГКОМІТЕТУ

Сергій Котлик	к.т.н., доц., каф. Інформаційних технологій та кібербезпеки, ОНТУ
----------------------	---

ЗАСТУПНИК ГОЛОВИ ОРГКОМІТЕТУ

Сергій Шестопалов	к.т.н., доц., каф. Комп'ютерної інженерії, ОНТУ
--------------------------	---

ЧЛЕНИ ОРГКОМІТЕТУ

Annakaisa Kultima	University Lecturer, Department of Art and Media, Aalto University (Helsinki, Finland)
Jeanette Falk	Assistant Professor, Department of Computer Science, The Technical Faculty of IT and Design, Aalborg University in Copenhagen (Copenhagen, Denmark)
Johanna Pirker	Computer Science Professor (Games Engineering), Institute of Interactive Systems and Data Science at Graz University of Technology (Graz, Austria)
Lars Kristensen	Lecturer in media, aesthetics and storytelling, Höskolan i Skövde, (Skövde, Sweden)
Marcus Toftedahl	Project manager, Science Park Skövde (Skövde, Sweden)
Михайло Кисленко	Senior mobile developer, Ubisoft (Україна)
Олександр Романюк	зав. каф. Програмного забезпечення, ВНТУ (Україна)
Олександр Терьошин	Unity3d developer, Wear studio (Україна)
Олексій Ізвалов	регіональний координатор Global Game Jam в Східній Європі, к.т.н., доц. ЕТІ ім. Ельворті (Україна)
Павло Івасюк	Co-Founder компанії WhoAR (Україна)
Павло Ломовцев	зав. каф. Інформаційних технологій і кібербезпеки, ОНТУ (Україна)
Петро Горват	зав. каф. Комп'ютерних систем і мереж, ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Україна)
Сергій Артеменко	зав.каф. Комп'ютерної інженерії, ОНТУ (Україна)
Уляна Марікуца	зав. каф. Систем віртуальної реальності, Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації - 2025 / Матеріали V Всеукраїнської науково-технічної конференції молодих вчених, аспірантів і студентів, Одеса, 25-26 вересня 2025 р. - Одеса, Видавництво ОНТУ, 2025 р. – 505 с.

Збірник включає матеріали доповідей учасників конференції, які об'єднані за тематичними напрямками конференції.

Збірник буде корисним як для фахівців і працівників фірм, зайнятих в області розробки та просування комп'ютерних ігор, так і для викладачів, магістрів і студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за напрямками і спеціальностями програмного забезпечення, комп'ютерних наук, комп'ютерної інженерії, прикладної математики та обробки інформації, буде корисним професіоналам у сферах гейміфікації, кіберспорту, стрімінгу, віртуальної реальності, доповненої реальності, штучного інтелекту, машинного навчання, геймдизайну, саунддизайну.

Результати досліджень у збірнику представляють собою своєрідний зріз сучасного стану справ в перерахованих галузях знань, який може допомогти як фахівцям, так і студентам університетів скласти загальну картину розвитку комп'ютерних ігор та мультимедіа та пов'язаних з ними питань.

Наукові праці згруповані за напрямками роботи конференції та наведені в алфавітному порядку прізвищ авторів.

Матеріали (тези доповідей) друкуються в авторській редакції. Відповідальність за якість та зміст публікацій несе автор.

Матеріали подано українською та англійською мовами.
Редактор збірника Котлик С.В.

ПРОБЛЕМАТИКА КОНФЕРЕНЦІЇ

- 1. Освіта та наука (гейміфікація в освітніх процесах, серйозні ігри, ігрові методики викладання та тренінгів)**
- 2. Медіапростір (кіберспорт, стрімінг, соціальні мережі і гейміфікація)**
- 3. Бізнес (бізнес-моделі, монетизація, маркетинг та реклама в геймдеві, азартні ігри)**
- 4. Технологічні інновації та сучасні ігрові механіки (геймдизайн, AR/VR, IoT і взаємодія з іграми, носимі пристрої та їх роль у геймінгу)**
- 5. Дизайн, арт та анімація (дизайн рівнів, саунддизайн, візуал та арт-складова ігор, анімація)**
- 6. Штучний інтелект і машинне навчання в ігрових системах (ігровий штучний інтелект, процедурна генерація контенту, адаптивна складність ігор, AI як ігровий наративний інструмент)**

СПИСОК організацій, представники яких брали участь у роботі конференції

Institute for Safety Problems of Nuclear Power Plants of Nationals of Ukraine
Ivan Kozhedub Kharkiv National Air Force University
Kharkiv national economic university named after semen kuznets
Kherson State University
Lviv Polytechnic National University IPMT
National University of «Kyiv-Mohyla Academy»
Smart Alpaca LLC (USA)
Відокремлений структурний підрозділ «Конотопський індустріально-педагогічний коледж Сумського державного університету»
Відокремлений структурний підрозділ «Одеський технічний фаховий коледж Одеського національного технологічного університету»
Військова академія, м.Одеса
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського
Вінницький національний технічний університет
Волинський національний університет імені Лесі Українки
ВСП «Фаховий коледж промислової автоматики та інформаційних технологій Одеського національного технологічного університету»
ВСП Конотопський індустріально-педагогічний фаховий коледж СумДУ
Державний біотехнологічний університет
Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
Державний податковий університет
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку
Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Донбаська державна машинобудівна академія
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
Житомирський військовий інститут ім. С.П. Корольова
Житомирський державний університет імені І.Я.Франка
Запорізький національний університет
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут надтвердих матеріалів ім. В.М. Бакуля НАН України
Інститут поліграфії та медійних технологій Національного університету «Львівська політехніка»
Інститут транспортних систем та технологій Національної академії наук України
Київський авіаційний інститут
Київський інститут Національної гвардії України
Київський інститут Національної гвардії України – центр імітаційного

моделювання
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Київський національний університет технологій та дизайну
Комунальний заклад «Харківський ліцей № 164 Харківської міської ради»
Комунальний заклад «Кам'яноярський ліцей» Чугуївської міської ради Харківської області
Комунальний заклад «Ліцей №24» Кам'янської міської ради
Комунальний заклад «Одеський педагогічний фаховий коледж»
Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ
Криворізький національний університет
Луцький Національний технічний університет
Миколаївський національний аграрний університет
Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури
Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут»
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Національний університет «Львівська політехніка»
Національний університет «Одеська політехніка»
Національний університет харчових технологій
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова
Одеський національний медичний університет
Одеський національний морський університет
Одеський національний технологічний університет
Поліський Національний університет
Приватна наукова установа «Інститут миру і права»
Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»
Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»
Сумський національний аграрний університет
Сумський державний університет
Українська державна льотна академія
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
Харківська гуманітарно-педагогічна академія
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Харківський національний університет радіоелектроніки
Херсонський національний технічний університет
Хмельницький національний університет
Центральноукраїнський інститут розвитку людини Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чорноморський національний університет ім. Петра Могили

Зміст

Розділ 1. Освіта та наука (гейміфікація в освітніх процесах, серйозні ігри, ігрові методики викладання та тренінгів)	Стор.
SIMULATION GAMES FOR RISK ASSESSMENT AND STRATEGY DEVELOPMENT IN ENSURING ORGANIZATIONAL OPERATIONAL RESILIENCE (SCENARIO BUILDING OF FAILURES, CYBERATTACKS, AND TECHNICAL DISRUPTIONS TO TEST ORGANIZATIONAL READINESS). Brynza N.O. Mazepa A.S. (Kharkiv National University of Radio Electronics)	24
ІГРОВІ МЕХАНІКИ В БАЙЄСІВСЬКІЙ МОДЕЛІ ВІДСТЕЖЕННЯ ЗНАНЬ ДЛЯ АДАПТИВНОГО НАВЧАННЯ. Мельник К.В. (Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут")	25
GAMIFICATION OF ASSESSMENT: THE ROLE OF BADGES IN THE LEARNING PROCESS. Melnyk K.V. (National technical university "Kharkiv polytechnic institute")	28
ARTIFICIAL INTELLIGENCE, GAME THEORY, GAMIFICATION AND SERIOUS GAMES AS TOOLS FOR OPTIMIZING THE EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC PROCESS. Novikova1 H.V., Denysenko1 I.V., Kharchenko1 O.O. Novikov2 A.M. (1National University of "Kyiv-Mohyla Academy", 2Institute for Safety Problems of Nuclear Power Plants of Nationals of Ukraine)	31
NEURAL NETWORKS IN THE PREPARATION OF TEXT INFORMATION FOR PRINTING: PROSPECTS FOR USE IN THE PREPRESS STAGE. Selmenska Z.M., Sinyavsky Y.R. (Lviv Polytechnic National University IPMT)	34
INTERACTIVE TECHNOLOGIES FOR DISTANCE LEARNING. Selmenskyi R.A. (Lviv Polytechnic National University IPMT)	35
TASKS AND PROJECT MANAGEMENT FOR THE PURPOSE OF OPTIMIZING PROJECT MANAGEMENT PROCESSES. Skorin Yuri, Kondratiev Oleksandr. (Kharkiv national economic university named after semen kuznets)	37
ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ОНТОЛОГІЧНИЙ, ЕПІСТЕМОЛОГІЧНИЙ ТА ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ. С.Андрєєв, В.Андрєєва, Д.Гамбурян (Комунальний заклад «Кам'яноярський ліцей» Чугуївської міської ради Харківської області)	39
ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИХОВАННЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ОСВІТІ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ. С. Андрєєв, О. Сторожук К. Єлізєв (Комунальний заклад «Кам'яноярський ліцей» Чугуївської міської ради Харківської області)	41
ГЕЙМІФІКАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ: ЯК ІГРОВІ МЕХАНІКИ ПІДВИЩУЮТЬ МОТИВАЦІЮ СТУДЕНТІВ. Бабенко А.Ю. (Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна)	44
ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ПРИ СТВОРЕННІ МОБІЛЬНИХ СИСТЕМ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ. Бевз С.В. ¹ , Бурбело С.М. ¹ , Бабійчук І.С. ² (¹ Житомирський військовий інститут ім. С.П. Корольова, ² Вінницький національний технічний університет)	45
РОЗРОБКА КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРИ З ІСТОРІЇ ІНЖЕНЕРІЇ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ. Брільов Є. Ю., Стрюк А. М. (Криворізький національний університет)	47
ГЕЙМІФІКАЦІЯ В МЕДИЧНІЙ ОСВІТІ – СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КЛІНІЧНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ. Анненкова І.П., Бурячківський Е.С., Усиченко К.М. (Одеський національний медичний університет)	50
РОЗРОБКА ЗАСТОСУНКУ ДЛЯ АВТОМАТИЧНОЇ ГЕНЕРАЦІЇ ХАРАКТЕРИСТИК ПЕРСОНАЖІВ НАСТІЛЬНОЇ РОЛЬОВОЇ ГРИ ПІДЗЕМЕЛЛЯ ТА ДРАКОНИ (DND). Войдюк І.В. (Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті)	52
ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ОСВІТНІХ ПРОЦЕСАХ НА ПРИКЛАДІ ЗАНЯТЬ З МАТЕМАТИКИ ТА ФІЗИКИ В СЕРЕДНІХ ТА ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ. Войтік Т.Г. Копейкіна Т.Г. (Одеський національний морський університет, Військова академія)	54
ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ В КРАЇНАХ	56

ВЕБСИСТЕМА ДЛЯ ЗБОРУ ТА АНАЛІЗУ СТАТИСТИКИ ФУТБОЛЬНИХ МАТЧІВ. Тутов Д. О., Штефан Н. З. (Національний університет «Одеська політехніка»)	215
КОМП'ЮТЕРНІ ІГРИ ЯК РЕСУРС ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ТА СОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДЛІТКІВ. Г.В. Хоменко О. Є. Костюченко (ВСП Конотопський індустріально-педагогічний фаховий коледж СумДУ)	217
EVALUATING AND BENCHMARKING RESILIENT WEB3 ARCHITECTURES FOR MULTIMEDIA: STORAGE, DATA AVAILABILITY, AND SCALING. Oleksandr Khoshaba, (Vinnytsia National Technical University)	218
Розділ 3. Бізнес (бізнес-моделі, free-to-play, азартні ігри, гейміфікація в маркетингу, рекламні ігри)	223
BLOCKCHAIN AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY IN THE GAMING INDUSTRY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES. Mykhailovska O.V. Rodinko M.Y. (V. N. Karazin Kharkiv National University)	223
APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN AUTOMATED FINANCIAL RISK MANAGEMENT SYSTEMS. Skorin Yuri, Lukianchuk Sofia. (Kharkiv national economic university named after semen kuznets)	225
USING WORDPRESS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM TO AUTOMATE BUSINESS PROCESSES. Skorin Yuri, Simonovych Stanislav. (Kharkiv national economic university named after semen kuznets)	227
ОБґРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ РОЗРОБКИ ІНТЕРАКТИВНОЇ РОЛЬОВОЇ ГРИ-СИМУЛЯТОРА ІТ-КОМПАНІЇ. Бондарчук М.М., Гайша О.О. (Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика)	230
ANALYSIS OF METHODS AND SOFTWARE FOR ORGANIZED PARCEL DELIVERY. Holovachov M.O., Voitko V.V., Romaniuk O.V. (Vinnytsia National Technical University)	232
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ ТІК-ТОК ДЛЯ ТРАНСЛЯЦІЇ ІГРОВОГО КОНТЕНТУ. Гулак Д.С., Гайша О.О. (Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика)	233
MATHEMATICAL MODELS FOR MONETIZATION OF EDUCATIONAL GAMES. Daniil Doroshenko. (Oles Honchar Dnipro National University)	235
СИСТЕМА ІНТЕРАКТИВНИХ ТІНЕЙ В ІГРАХ. Душин Б.А., Новіков Ю.С. (Харківський національний університет радіоелектроніки)	236
BUSINESS MODEL OF AI MADE HYPER-CASUAL GAMES. Zhelezniak-Kranh I.O. (Taras Shevchenko National University of Kyiv)	239
ОПТИМІЗАЦІЯ СТВОРЕННЯ ВІДЕОРЕКЛАМИ ЗАВДЯКИ ШАБЛОННОМУ ПІДХОДУ В UNITY. Клепцов А.А., Гусева-Божаткіна В.А. (Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова)	241
РИНОК ПРОДАЖУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР В УКРАЇНІ: АНАЛІТИКА, ТРЕНДИ, ПЕРСПЕКТИВИ. Костенко А.В., Романюк О.Н. (Вінницький національний технічний університет)	244
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ГЕЙМІФІКАЦІЯ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ. Кравчук О.І. Малишева П.А. (Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)	246
ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗРОБКИ ТА МАРКЕТИНГУ ВІДЕОІГОР. Міроник М.В. Хохлов В.А. (Херсонський національний технічний університет)	249
ІГРОВА ІНДУСТРІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ І РЕКЛАМИ. Романюк О.Н., Малий В.А., Лесько О.Й. (Вінницький національний технічний університет)	251
FORECASTING DEMAND FOR TOURIST SERVICES BY TRAVEL AGENCY INFORMATION SYSTEM. Skorin Yuri, Khusainov Mykita. (Kharkiv national economic university named after semen kuznets)	252
ГЕЙМІФІКАЦІЯ У ПРОГРАМАХ ЛОЯЛЬНОСТІ: ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТОРГОВИХ ЦЕНТРАХ. Стеблевська А.Г., Бутенко Т.А. (Державний	255

3. "The Power of Player Feedback: Why Listening to Your Community Is Key to Game Development Success," Go Testify Resources, 2024. Available: <https://www.gotestify.com/resources/the-power-of-player-feedback-why-listening-to-your-community-is-key-to-game-development-success>
4. "How to Collect and Use Player Feedback Effectively for Game Improvement," The Game Marketer Insights, 2024. Available: <https://thegamemarketer.com/insight-posts/how-to-collect-and-use-player-feedback-effectively-for-game-improvement>
5. K. Borowiecki and M. Prieto-Rodriguez, "Video games and piracy: Evidence from two studies," Institute for Structural Research (IBS), Working Paper, Mar. 2020. Available: <https://ibs.org.pl/app/uploads/2020/03/Summary-presenation.pdf>

УДК 659.1:339.138

ІГРОВА ІНДУСТРІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ І РЕКЛАМИ

РОМАНЮК О.Н. (rom8591@gmail.com),

МАЛІЙ В.А. (fantomskin000@gmail.com), ЛЕСЬКО О.Й.

Вінницький національний технічний університет

Проаналізовано сучасні стратегії маркетингу та реклами у геймдеві. Підкреслюється значення гейміфікації як засобу залучення та утримання аудиторії. Описано типи рекламних інтеграцій у відеоіграх, включаючи статичну та динамічну рекламу, спонсорський контент, продукт-плейсмент і advergame. Окремо висвітлено перспективи кіберспорту для бренд-комунікації.

Світова ігрова індустрія демонструє стрімке зростання, а отже, зростає і зацікавленість брендів у використанні відеоігор як каналу комунікації. Сучасні відеоігри — це не лише розвага, але й високотехнологічний медіапростір з багатомільйонною аудиторією, що активно взаємодіє з контентом. У цьому контексті геймдев відкриває нові горизонти для рекламодавців: завдяки високому рівню залучення гравців, бренди мають змогу формувати емоційний зв'язок із аудиторією [1].

Гейміфікація — це інтеграція ігрових механік у неігрові процеси, яка в маркетингу стала дієвим інструментом впливу на споживача. Вона дозволяє залучити увагу цільової аудиторії, підвищити її мотивацію, сформувати звичку або стимулювати бажану поведінку. Серед ключових переваг гейміфікації: підвищення впізнаваності бренду. Завдяки інтерактивності та залученню, гейміфіковані кампанії мають високу вірусність [2]. За допомогою ігор можна пояснити технічні характеристики або унікальні переваги продукту. Гейміфікація дозволяє уникнути агресивного просування, пропонуючи замість цього захопливий досвід. Такі механіки застосовуються як у web-кампаніях, так і у мобільних застосунках, соціальних мережах або корпоративних порталах.

У відеоіграх можна реалізувати декілька типів реклами. Перше — статична реклама. Цей тип реклами інтегрується на етапі розробки гри. Наприклад, рекламні білборди на вулицях віртуального міста або брендові постери в інтер'єрах. Така реклама не змінюється після релізу гри. Вона є частиною ландшафту, а не взаємодійного досвіду, але дозволяє забезпечити високий рівень впізнаваності [2]. Друге — динамічна реклама. Цей формат змінюється в реальному часі і може оновлюватися на сервері. Наприклад, банери, які змінюються щотижня або з прив'язкою до подій. Такі рішення дозволяють проводити ротацію креативів та адаптувати рекламу до поточних маркетингових кампаній [3]. Третє — спонсорський контент. Це глибша форма співпраці, де бренд стає частиною геймплею. Наприклад, одяг персонажів з логотипами компаній або сюжетні лінії, пов'язані з просуванням продуктів. Це створює додаткову цінність для гравця й формує позитивне сприйняття бренду [3]. Четверте — продукт-плейсмент. Продукт інтегрується у віртуальний світ і взаємодіє з персонажем. Наприклад, гравець може використовувати реальні брендові автомобілі, напої або гаджети. Це дозволяє досягти високого рівня залучення, оскільки гравець самостійно взаємодіє з продуктом [2]. П'яте — advergame. Це гра, яка створена спеціально для просування

бренду. Наприклад, мобільні ігри для запуску нового продукту чи акцій. Це ефективний інструмент для формування емоційної прихильності до бренду через позитивний ігровий досвід [1].

Кіберспорт розвивається не лише як дисципліна, а й як інструмент маркетингу. Участь брендів у кіберспортивних турнірах дає змогу створити брендовані локації як в грі, так і на місці подій. Розміщувати відеорекламу в трансляціях. Формувати власні команди або гільдії, які носитимуть брендовану форму. Спонсорувати турніри або окремі номінації, таким чином підвищуючи впізнаваність серед молодіжної аудиторії. Завдяки високій емоційній залученості глядачів і учасників, кіберспорт забезпечує високу ефективність рекламної комунікації.

Рекламна інтеграція в ігри вимагає уважного підходу до балансу між маркетингом і геймплеєм. Надмірна або нав'язлива реклама може викликати негативне ставлення з боку гравців. Тому брендам важливо враховувати специфіку ігрового жанру, психографічні характеристики цільової аудиторії, потребу у нативності та делікатності подачі. Крім того, необхідно дотримуватися етичних принципів та уникати маніпуляцій, особливо якщо йдеться про рекламу в іграх для дітей.

Таким чином. Ігровий простір стає потужним інструментом маркетингу, що дозволяє досягти глибокої емоційної залученості аудиторії. Завдяки інтерактивним механікам, гейміфікації, різним форматам рекламної інтеграції та кіберспорту, бренди можуть формувати довготривалі зв'язки з клієнтами. Однак ефективність таких стратегій залежить від делікатності впровадження, персоналізації контенту та відповідності очікуванням гравців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- [1] "Маркетинг в геймдеві: перспективи та кейси," UA Geek Media. [Online]. Available: <https://uageek.media/article/5090/>
- [2] "Реклама в іграх: можливості, формати та ефективні стратегії для брендів," UAMASTER Blog. [Online]. Available: <https://blog.uamaster.com/reklama-v-igrah-mozhlyvosti-formaty-ta-efektyvni-strategiyi-dlya-brendiv/>
- [3] "Рекламні можливості в геймдеві — чи варто брендам вкладатися в ігри?" Sostav.ru. [Online]. Available: <https://www.sostav.ru/publication/reklamnye-vozmozhnosti-v-gejmdeve-stoit-li-brendam-vkladyvatsya-v-igry-i-kak-sdelat-vs-gramotno-70039.html>

UDC 004.93'1:336.74

FORECASTING DEMAND FOR TOURIST SERVICES BY TRAVEL AGENCY INFORMATION SYSTEM

SKORIN YURI (yuriy.skorin@hneu.net), KHUSAINOV MYKITA
(mykyta.khusainov@hneu.net)

Kharkiv national economic university named after Semen Kuznets

The purpose of the research is to develop a business model that allows you to automate the process of accounting, analyzing and forecasting demand for tourist services in the information system of a travel agency. The object of the research is the information system of a travel agency. The subject of the research is a web application for accounting for client requests and generating statistical reports. The research method is structural-object modeling using CASE tools. An analysis of the subject area was performed, requirements for the functionality of the system were determined, use case diagrams were constructed and a database model was developed, a web application was implemented based on the "client-server" architecture using the Django, PostgreSQL, HTML/CSS and JavaScript technology stack. The application allows you to register user requests, store data on destinations and categories of tourist services, perform query filtering, generate reports, and also provides multi-level authorization for users of different roles.

**V Всеукраїнська науково-технічна конференція
молодих вчених, аспірантів та студентів**

**«КОМП'ЮТЕРНІ ІГРИ ТА МУЛЬТИМЕДІА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ
ПІДХІД ДО КОМУНІКАЦІЇ»**

Одеса

25-26 вересня 2025 р.

Збірник включає доповіді учасників конференції. Тези доповідей публікуються у вигляді, в якому вони були подані авторами.

Відповідальність за зміст і форму подачі матеріалу несуть автори статей.

Редакційна колегія: Котлик С.В., Шестопапов С.В.,
Корнієнко Ю.К.

Комп'ютерний набір і верстка: Соколова О.П.

Відповідальний за випуск: Котлик С.В.