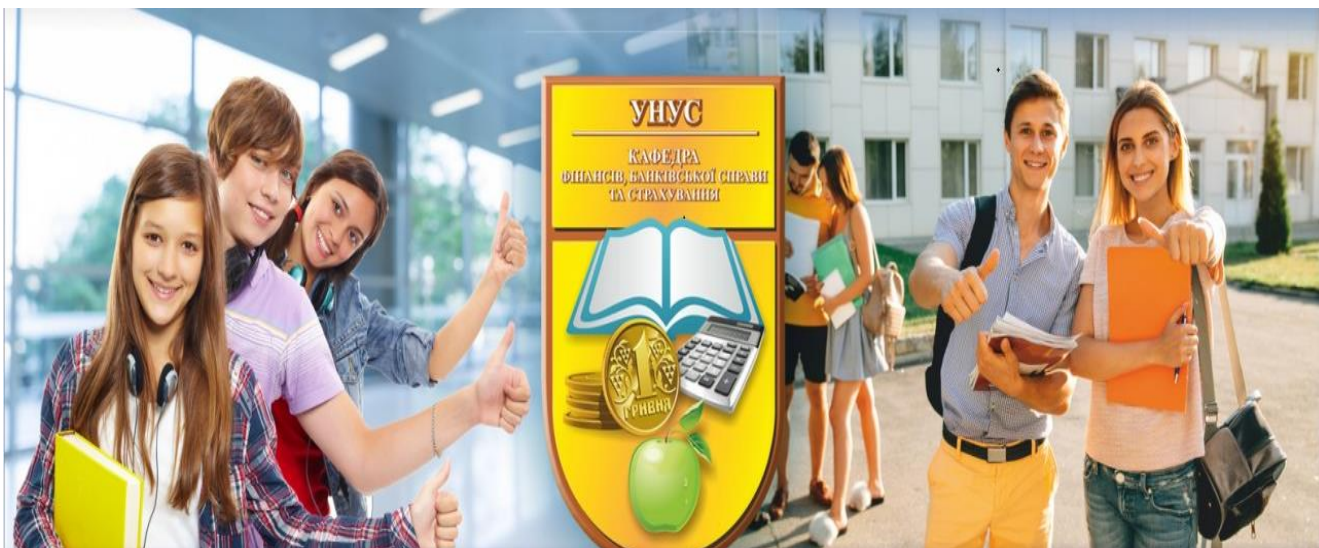


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-
ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

*«Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики
сьогодення»*

2-3 червня 2020 року

Частина II

Умань 2020

Рекомендовано до друку вченою радою факультету економіки і підприємництва Уманського національного університету садівництва
(протокол № 4 від 27 лютого 2020 року)

Редакційна колегія:

Нестерчук Ю.О. – д.е.н., професор, декан факультету економіки і підприємництва; **Непочатенко О.О.** – д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Мальований М.І.** – д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи Уманського НУС; **Прокопчук О.Т.** – к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Лиса Н.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Власюк С.А.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Ролінський О.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Бечко П.К.** – к.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Гузар Б.С.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Мельник К.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Барабаш Л.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Бондаренко Н.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Колотуха С.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Транченко О.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Улянич Ю.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Пташник С.А.** – к.е.н., ст. викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС.

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення», Ч. II. 2-3 червня 2020р. Уманський НУС. Умань. 114 с.

Відповідальність за достовірність цифрового матеріалу, фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 6. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Бондарнко Н.В. Баліцька А.О.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В
БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ.....8

Гуляєва Л.П.

SMM НАВИЧКИ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ІНКЛЮЗІЇ ТА ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДИХ
ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ.....11

Демянчук М.А., Трапєзніков А.О.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....15

Коржова О.В., Філатова Л.Д.

МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ БАНКА В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОЇ
ЕКОНОМІКИ.....18

Макарова Г.В.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В HR-
АНАЛІТИЦІ УКРАЇНИ.....21

Черваньов Д.О

ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНОГО ЗОРУ У СИСТЕМАХ ЗАХИСТУ.....25

Нестерчук Ю.О., Улянич Ю.В.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....28

базовим шаблоном сервісу. Банки, які не відповідають цим викликам, не зможуть успішно конкурувати і стикнуться з відтоком клієнтів.

Список використаних джерел

1. Кльоба Л. Інноваційні інформаційні технології в банківському секторі України. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/36974/1/18_36-37.pdf

2. Зверев О.А., Нестеренко А.В. Инновационные технологии в розничном банковском бизнесе: Монография. М.: Палеотеп, 2008. 164 с.

3. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления / Под ред. В.В. Попкова. М.: Экономика, 2007. 295 с.

4. Колодізев О.М. Методологічні засади забезпечення управління інноваційним розвитком економіки: Монографія. Х.: ФОП Лібуркіна Л.М.; ІНЖЕК, 2009. 240 с.

5. Інновації в банкінгу: чому не всі банки помруть, але всі зазнають змін. URL: <https://mind.ua/publications/20202666-innovaciyi-v-bankingu-chomu-ne-vsi-banki-pomrut-ale-vsi-zaznayut-zmin>

Гуляєва Л.П.

к. е. н., доцент

доцент кафедри фінансів

Академії праці, соціальних відносин і туризму

SMM НАВИЧКИ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ІНКЛЮЗІЇ ТА ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ

Світ соціальних медіа несе у собі потенціал безмежних можливостей для

людей з інвалідністю у контексті посилення інклюзії та зайнятості, хоча, водночас, є джерелом загроз, які варто вміти ідентифікувати та мінімізувати їх вплив на життя. SMM навички особливо цінними стають для молодих людей з інвалідністю, оскільки можуть сприяти їх включенню у активне професійне, культурне, економічне та суспільне життя:

- *Соціалізація та посилення інклюзії.* Молодь з інвалідністю має схильність більше часу проводити вдома та в невеликій кількості соціальних інституцій, що ускладнює соціалізацію, обмежує можливості отримувати власний життєвий досвід, формувати адекватні моделі поведінки у суспільстві. Соціальні мережі дозволяють долати вимушену ізоляцію, вивчаючи досвід інших людей і формуючи власний. У соціальних мережах людина перебуває передусім як *homo sociologicus* [1], тобто через зв'язки з іншими людьми реалізує себе як члена суспільства. Це допомагає втекти від самотності, надає відчуття близькості до інших людей, що об'єднані спільними інтересами, смаками й поглядами [2].

Соціальні медіа сприяють включенню молоді у життя суспільства у різних формах: 1) через доступ до новин та інформації; 2) як ефективний інструмент для спілкування з колегами, родичами й друзями, що територіально віддалені, для нових знайомств; 3) допомагають у вирішенні побутових та особистих проблем життєдіяльності (постачальники соціальних послуг, органи влади, громадські організації активно присутні у соціальних мережах й пропонують там свої послуги), 4) як простір для самовираження; 5) як повноцінне освітнє середовище з безліччю безкоштовних можливостей для професійного й особистого розвитку.

- *Зайнятість, пошук роботи та можливості отримання доходів.* Всі соціальні мережі дають можливості кожному фахівцю просувати себе як експерта, напряду зв'язуватися з потенційними роботодавцями, знаходити вакансії, заводити ділові знайомства та обговорення можливостей професійного

росту. Є спеціалізовані соціальні мережі, такі як LinkedIn, що є спільнотами для професійного розвитку та ділових контактів. Властивість соціальних мереж інтегрувати людину в інтернет-простір, роблячи більшою або меншою мірою відкритими її особисту та професійну інформацію, робить таку комунікаційну платформу ефективним методом управління людським капіталом [3].

У випадку популярності контенту у аудиторії, користувач мережі перетворюється на флюенсера – особу, що може впливати на інших та до думки якої прислухаються. Набула поширення практика флюенс-маркетингу, коли бізнес та організації запрошують флюенсерів для реклами їхньої продукції, що у випадку молоді з інвалідністю може стати важливим джерелом доходу.

Деякі соціальні медіа як Youtube дають можливості отримувати доходи від участі у створенні контенту у мережі. Бізнес охоче замовляє рекламу у активних користувачів соціальних медіа, що мають власну аудиторію прихильників. Взаємозв'язок мережевого та культурного простору сьогодні виявляє принципи модернізації суспільства в контексті «глобальних» процесів світового співтовариства за допомогою тріади «особисте – суспільне – загальнолюдське» й сприяє формуванню плюралістичних поглядів, толерантності й взаєморозуміння між людьми [4].

- *Розвиток власного бізнесу, соціальне підприємництво.* Із кожним роком усе більше компаній використовують інструменти Social Media Marketing (SMM) для розвитку бізнесу, починаючи від новин про створення нового продукту і закінчуючи інформуванням про розпродажі. Застосування елементів SMM-просування значно дешевше, ніж використання інших маркетингових заходів. Майже всі соціальні мережі, в яких може бути представлений бізнес, безкоштовні, однак якщо підприємець має бажання привернути на свій майданчик цільову аудиторію, щоб конвертувати трафік у продажі, є можливість платних рекламних заходів у соціальних мережах [5]. Провідні

соціальні мережі навіть створюють особливі типи екаунтів – для бізнесу, щоб надавати додаткові можливості своїм членам спільноти розвивати підприємницьку діяльність.

• *SMM як професійна діяльність.* Молода людина з інвалідністю може використовувати SMM навички для розвитку власної підприємницької діяльності, або стати професійним надавачем послуг з SMM для бізнесу, громадського сектору, для приватних осіб. Професія SMM приваблива можливістю дистанційного формату співпраці з замовниками, що особливо важливо молоді з інвалідністю.

Дана публікація підготовлена в рамках проекту “Social media marketing skills for fostering the inclusion and employability of young people with disabilities” (Erasmus+ Programme, Project KA205-AEF89D3BP/ n°2019-2-PL01-KA205-066133) в Академії праці, соціальних відносин і туризму.

Список використаних джерел

1. Циховська Е.Д. Самопрезентація у соціальних мережах: акаунт у Facebook як інструмент створення іміджу. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації, 2017. № 12. С 137-147.

2. Мелков Ю. О. Віртуальна реальність як сфера самореалізації особистості / Ю. О. Мелков, А. В. Толстоухов, О. Є. Перова, О. М. Рубанець та ін. Київ : Вид. ПАРАПАН, 2004. С. 140–166.

3. Серняк І. Соціальні мережі як засіб підвищення ефективності соціального інструментарію управління персоналом на підприємстві. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 2. С.60-66.

4. Ривліна В.М. Соціальні мережі як інструмент медіатизації культури. Young Scientist. 2016. №12 (39). С.193-198.

5. Кітченко О. М., Ібрагімов Т. Н. Social media marketing як інструмент просування продуктів підприємств на ринок. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 3 (14). С. 179-184.

Демянчук М.А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Трапєзніков А.О., здобувач бакалаврату за спеціальністю
фінанси, банківська справа та страхування
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Цифрова трансформація економіки є ключовим напрямком розвитку у ХХІ столітті, що обумовлено інтенсивним впровадженням у всіх сферах економічної діяльності цифрових технологій, а цифровізація різних галузей економіки і визначення впливу такого процесу на розвиток економіки України є на даний час однією з найважливіших обговорюваних тем в сфері економіки. Велика кількість науковців присвячують свої праці проблемам визначення ведення підприємництва в умовах цифровізації економіки. Однак найбільшим глобальним ризиком на 2020 рік за рейтингом Allianz Global Corporate & Specialty SE [1] є інциденти в кіберпросторі такі як кіберзлочинність, збої / перебої в роботі ІТ, витік даних, штрафи і пені, обсяг складає 36% опитаних респондентів. До Топ-5 найбільш глобальних ризиків також входять і нові технології (4 місце, 11%), наприклад, вплив штучного інтелекту, автономних транспортних засобів, 3D-друку, Інтернету речей, нанотехнологій). Слід зазначити, що зазначені глобальні ризики мають тенденцію щорічного зростання, що обумовлює необхідність проведення досліджень щодо визначення місця цифрових технологій у розвитку фінансово-кредитних систем.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ- КОНФЕРЕНЦІЇ

«РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ СИСТЕМ: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ», 2-3 ЧЕРВНЯ 2020 РОКУ

Частина II

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення», Ч.ІІ. 2-3 червня 2020р. Уманський НУС. Умань. 114 с.

Технічний редактор, художнє оформлення і комп'ютерна верстка Ю.В. Улянич