

реклама є досить популярною і перспективною формою залучення потенційних споживачів, яка відповідає сучасним потребам ринку.

Список використаних джерел:

1. Шуба Л. Интернет-реклама или наружка: кто победит к концу 2020 года? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/internet-reklama_ili_naruzhka.html

Пономаренко І.В., к.е.н., доцент,

Гавриленко О.І., студент,

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ BIG DATA У БАНКІСЬКІЙ ТА СТРАХОВІЙ СФЕРАХ

Сучасний етап розвитку людства можна охарактеризувати як четверту технологічну революцію, ключовими складовими якої виступають Big Data або Data Science. Технологія Big Data виникла у зв'язку з накопиченням значних обсягів структурованої, напівструктурованої та неструктурованої інформації окремими громадянами, різними компаніями світу, державними та міжнародними інституціями тощо. Ці дані існують у вигляді цифрової інформації, текстів, зображень, аудіо та відео, гіпертекстових документів, реляційних баз та ін. Важливим генератором великих обсягів даних виступає мережа Інтернет в якій серед різних джерел створення інформації особливе місце посідає концепція Інтернету речей. Згідно з представленою концепцією існує інтеграція між реальним світом (множинність різноманітних пристроїв та датчиків) та віртуальним світом, яка призводить до появи Big Data.

Розвиток технологій у поєднанні з посиленням конкуренції у бізнес-середовищі впливає на усі сфери людської діяльності, що призводить до

необхідності запровадження інноваційних підходів компаніями в усіх видах економічної діяльності. Одним з прикладів може слугувати трансформація діяльності високотехнологічних компаній, а також поява нових стартапів, які пропонують на ринку фінансово-банківських послуг нові продукти. Наприклад, компанія Google, поряд зі створенням мобільного гаманця, пропонує своїм клієнтам оформити дебетову карту. Існуюча ситуація змушує банківські структури займатись пошуком нових підходів для утримання клієнтів. Вирішенню поставлених завдань допомагає використання підходів Big Data, за допомогою яких проводиться комплексний аналіз інформації про споживачів банківських послуг з метою виявлення прихованих закономірностей в їх поведінці. Значною перевагою банків є наявність у них значних обсягів високоякісної та детальної інформації про власних клієнтів: кредитна історія, відомості про депозитні вклади, дані про усі транзакції тощо. Поряд з цим, у сучасних умовах банківські установи мають можливість досліджувати специфіку поведінки клієнтів у різних торговельних мережах, що дозволяє розробляти специфічні банківські продукти у сфері споживчого кредитування. Згідно з даними McKinsey, фінансовий сектор володіє 25% світового обсягу великих даних.

Іншим напрямом використання Big Data у банківському секторі виступає виявлення підозрілих операцій з кредитними картками. Ідентифікація сумнівних операцій здійснюється на основі аналізу великої кількості банківських транзакцій за минулі періоди часу, що виявились шахрайськими. Використання спеціалізованих алгоритмів дозволяє зменшити рівень реалізації злочинів з кредитними картками, а також сприяє боротьбі з відмиванням коштів отриманих злочинним шляхом.

Аналогічним чином використовувати методологічні підходи Big Data можуть страхові компанії, сегментуючи клієнтів за різними соціальними, демографічними та економічними характеристиками. Науково обґрунтоване використання економіко-математичних методів дає можливість розробити оптимальні стратегії поведінки з окремими групами клієнтів щодо надання

страхових послуг. Для зниження ціни полісів і ризиків страховики можуть проводити комплексний аналіз різноманітних альтернативних джерел даних як на рівні окремого регіону, так і на рівні країни (новини, погода, курси валют та ін.). Важливим джерелом інформації також можуть слугувати різноманітні соціальні мережі. В даному випадку результатом використання Big Data може стати максимізація прибутку від залучення додаткових клієнтів, а також мінімізація ризиків щодо відшкодування збитків клієнтам-шахраям.

Пономаренко І.В., к.е.н., доцент,

Головач М.С., студент,

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сьогодні в світовій економічній спільноті склалося розуміння економічної динаміки як нерівномірного та невизначеного процесу еволюційного розвитку суспільного виробництва, що визначається цілою низкою факторів, які формуються під впливом якісних технологічних зсувів, значних проривів в науці та технологіях. Розвиток сучасних Інтернет-технологій є фактором появи Інтернету речей та четвертої промислової революції. Впровадження Інтернет-середовища у всі сфери життя людини потенційно може змінити багато навколишніх об'єктів, призвести до глобальних економічних, політичних і загальнолюдських трансформацій.

Прикладами роботи Інтернету речей в сучасних умовах на підприємствах є:

1. Високоточна система контролю пересування поїздів як під землею, так і на поверхні. Ця система забезпечує швидке та ефективне транспортне сполучення пасажирського та вантажного транспорту.

2. General Electric уже декілька років використовує концепцію Інтернету речей для спостереження за роботою їх реактивних двигунів.