

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

ІНСТИТУТ ФІЛОСОФІЇ ім. Г. СКОВОРОДИ НАН УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ім. М. ДРАГОМАНОВА

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ» ім. І. СІКОРСЬКОГО



## ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ»

REPORTS OF THE IX INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE "A PERSON, A SOCIETY, COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES"

м. Харків, 21–22 жовтня 2021 р.

Харків  
2021

УДК 740+656+338

ББК 87

Л 93

**Головні редактори:**

**Панченко С. В.** – доктор технічних наук, професор, академік Транспортної академії України, ректор Українського державного університету залізничного транспорту

**Андрущенко В. П.** – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАН України, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, ректор Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова

**Редакційна колегія:**

**Абашинік В. О.** – д-р філос. наук, професор

**Бакланов О. М.** – д-р хім. наук, професор

**Близнюк Л. М.** – канд. філол. наук, доцент

**Ватуля Г. Л.** – д-р техн. наук, професор

**Вельш В.** – габілітований д-р філос. наук, професор

**Даніліян В. О.** – канд. філос. наук, доцент

**Дудін О. А.** – канд. техн. наук, доцент

**Змій С. О.** – канд. техн. наук, доцент

**Колеснік К. Е.** – канд. іст. наук, доцент, академік ТАУ

**Куценко М. Ю.** – канд. техн. наук, доцент

**Новіков Б. В.** – д-р філос. наук, професор

**Павлов В. І.** – канд. філос. наук, доцент

**Панченко В. В.** – канд. техн. наук, доцент

**Петрушов В. М.** – д-р філос. наук, професор

**Соломніков І. В.** – канд. екон. наук, ст. викладач

**Толстов І. В.** – канд. філос. наук, доцент

**Устенко О. В.** – д-р техн. наук, професор, академік ТАУ

*Затверджено до друку Вченою радою Українського державного університету залізничного транспорту (протокол № 9 від 22.09.2021 р.)*

Л 93 Людина, суспільство, комунікативні технології : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. 21–22 жовтня 2021р. / відп. за випуск Н. В. Алексєєнко. Харків : ДІСА ПЛЮС, 2021. 340 с.  
ISBN 978-617-7927-79-1

**УДК 740+656+338**

Друкується в авторській редакції

ISBN 978-617-7927-79-1

© Авторський колектив, 2021

Постановою Верховної Ради України від 05 червня 1994 р. №81/94-ВР; Законом України «Про електронні довірчі послуги» від 05 жовтня 2017 р. № 2155-VIII; Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22 березня 2003 р. № 851-IV; Законом України «Про захист персональних даних» від 01 червня 2010 р. №2297-VI; Законом України «Про доступ до публічної інформації» від 13 січня 2011 р. №2939-VI тощо.

Перелічені документи дозволяють створювати та підтримувати на належному рівні основні компоненти безпечного інформаційного середовища, а саме: 1) безпечне середовище передачі даних з сертифікованим комунікаційним обладнанням, 2) сертифіковані обчислювальні комплекси на основі безпечного операційного середовища; 3) безпечні системи зберігання інформації.

*Список використаних джерел*

1. Доктрина інформаційної безпеки України, затверджена Указом Президента України від 25 лютого 2017 року №47/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text> (дата звернення 08.10.2021)

2. Концепція розвитку електронного урядування, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 20 вересня 2017 року №649-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-%D1%80#Text> (дата звернення 08.10.2021)

3. Про адміністративні послуги: Закон України від 6 вересня 2012 року №5203-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5203-17#Text> (дата звернення 09.10.2021)

4. Шевчук О., Кузь Т. Правове забезпечення інформаційної безпеки процесу надання електронних інформаційних послуг. Актуальні проблеми правознавства. 2021. №1. С. 59-65.

**ПЕТРИКІВА О.С.**, *к.е.н., доцент*

*Харківський національний університет будівництва та архітектури*

*Харків, Україна*

## **ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Сучасні тенденції формування конкурентних переваг учасників ринку банківських послуг зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів організації та управління, у тому числі маркетингу. До того ж, період пандемії вимагає від банків приділити особливої уваги збереженню та підсиленню свого іміджу на ринку банківських послуг. Стратегічне направлення маркетингу

банківській діяльності направлене на максимальне задоволення потреб клієнтів банку, що в свою чергу також приводить до зростання ліквідності та фінансової стійкості банків.

В Україні сучасний банківський маркетинг представлений індивідуальним маркетингом, спрямованим на виявлення потреб споживачів і максимальне їх задоволення, шляхом надання індивідуального підходу кожному та електронним маркетингом, який обумовив більш зручний рівень надання банківських послуг та обслуговування клієнтів [7].

Звісно, що конкурентоспроможність банку залежить не лише від якості банківського фінансового менеджменту, а й від рівня економічної віддачі банківської діяльності. Сьогодні банківська конкуренція є динамічним процесом суперництва банків та інших кредитних інститутів, в рамках якого вони прагнуть забезпечити собі міцне становище на ринку банківських послуг.

Глобалізація економіки та посилення конкуренції як усередині країни, так і за її межами посилює конкурентну боротьбу на ринку банківських послуг та вимагає пошуку сучасних методів підвищення конкурентоспроможності українських банків. Величезну роль у розвитку банківського маркетингу, його методів та інструментів відіграють інформаційні технології. Саме вони в умовах глобалізації стають найважливішим інструментом науково-технічного та соціально-економічного розвитку суспільства загалом. З огляду на це, новітні технології у сфері банківської діяльності не тільки надають широкі можливості для збору й обробки великої кількості інформації, а й дають змогу встановлювати тісні довірчі відносини з клієнтами, акціонерами і персоналом. Інноваційні перетворення, які відбуваються у всьому світі, змушують банки як одного з представників фінансового ринку проводити політику не простого виживання, а постійного зростання і розвитку із застосуванням новітніх технологій, упровадження інноваційних продуктів та інструментів.

Для збільшення конкурентних переваг банки використовують концепцію маркетингу відносин, яка передбачає встановлення довгострокових вигідних та лояльних взаємовідносин між клієнтами та банком. Доцільно виділити, з основні напрямки її застосування - це сегментація, івент-маркетинг, оцінка клієнта під кутом 360° [7].

Сучасний івент-маркетинг має широкий вибір різноманітних видів івент-проектів: це і презентації, і виставки; і свята, і флешмоби. В умовах розвитку інформаційної економіки банківська система активно використовує новітні інформаційні технології, створює спеціалізовані відділи з обслуговування інформаційних потоків. Важливе місце у проведенні маркетингових досліджень

займає інтерактивний маркетинг, який є безпрецедентно оперативним і гнучким та дає змогу банку і його клієнтам швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Інтернет став не тільки каналом здійснення трансакцій, а й перспективним засобом інформаційної взаємодії між клієнтом і банком.

Івент-маркетинг спрямовано на прив'язування банківських продуктів та послуг до важливих подій в житті клієнтів: ВБР пропонує КЭШ-кредит «На освіту», УкрСиббанк – депозит «Персональний план збагачення» від УкрСиббанку, який дає можливість здобути освіту, відсвяткувати весілля або вирушити у навколосвітню подорож, ОTR Bank - депозитний вклад на дитину до досягнення повноліття та інші події [17].

Для успішного впровадження івент-маркетингу в банківську діяльність необхідно враховувати принципи маркетингової діяльності: орієнтованості на довгострокові результати; досягнення запланованих кінцевих результатів; науковості, тобто використання новітніх маркетингових технологій в галузі планування, моделювання та прогнозування у діяльності банку; принцип об'єктивності, конкретності та точності; систематичності та рентабельності. Поступове використання подібних принципів стабілізує діяльність банку, робить її більш безпечною та орієнтованою на споживача.

Незважаючи на те, що Event-marketing є досить новим форматом просування товарів і послуг, популярність цього напрямку обумовлена ефективністю. Головним завданням є позитивні емоції потенційного покупця від «спілкування» з брендом. На результат впливає безліч факторів, таких як вибір типу події, оригінальність ідеї, рекламна підтримка, а також технічні аспекти. У той же час різні компанії переслідують різні цілі, мають різні бюджети і аудиторію.

Добре організований івент-захід дозволяє збільшити кількість споживачів і продаж послуг. Як і погано проведений захід, вони можуть зменшити їх і негативно вплинути на імідж банку.

Низька ефективність організованого заходу не означає, що захід не є ефективним способом просування. Це тільки вказує на те, що організація таких подій є довготривалим і складним процесом, на успіх якого впливає розгляд великого числа різних факторів, які потрібно врахувати.

#### *Список використаних джерел*

1. Антоненко І. Я. Інвентивний маркетинг як інноваційний напрямок комунікаційної стратегії. *Економічні науки*. 2011. №6. С. 191-194.
2. Архірейська Н. В. Блокчейн-інноваційна технологія постіндустріальної економіки. *Економіка*. 2017. №7. С. 125-129.

3. Баранова В. Г. Банківські інноваційні тех-нології: проблеми та перспективи впровадження. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 40. С. 177–181.

4. Петрикiва О. С. Роздiл монографiї: Технологiї iвент-маркетингу як iнструмент забезпечення конкурентоспроможностi банкiвської дiяльностi. *Сучасне управлiння: ризики, виклики, безпека, перспективностi використання та проблеми впровадження в державному та приватному секторах економiки: колективна монографiя* / За заг.ред. д.е.н., проф. Н.Е. Аванесової. Харкiв: ФОП Панов А.М., 2021. С. 594-630

5. Пiчик К. В. Iвент-маркетинг як сучасний iнструмент впливу на споживача. *Економiчні науки*. 2016. №1. С. 145-148.

6. Радченко О. В. Сучаснi тенденцiї розвитку банкiвського маркетингу та проблеми його впровадження в банках України. 2011. №11.

7. Стегнiснко М. О., Волкова В. В. Сучаснi напрямки розвитку банкiвського маркетингу в Україні. *Економiчні науки*, 2013. №5. С. 271-276.

**ЧЕЛЯДИНОВА Н.Г.** *к.економ.н., доцент*

**ЯКОВЕНКО В.Г.** *к.економ.н., доцент*

**КУДЕЛЯ В.І.** *к.економ.н., доцент*

*Український державний університет залізничного транспорту*

*Харків, Україна*

#### **ЕКОНОМІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В УКРАЇНІ**

Мінливість середовища потребує стратегічного бачення, наприклад, невизначеність – розуміння перспектив; складність – внесення ясності у можливі варіанти розвитку подій і взаємозв'язок між зацікавленими сторонами та показниками, що впливають на реалізацію стратегії; багатозначність – швидкої реакції на виклики зовнішнього середовища. Все це ускладнює розроблення стратегії та зменшує плановий розмір часу, на який ця стратегія розробляється, і, як наслідок, збільшуються ризики підприємств.

З усіх визначень поняття «ризик» можна виділити три основні підходи до визначення цього поняття:

- по-перше, ризик – несприятлива ситуація, подія, що завдає шкоди;

## ЗМІСТ

Привітальна промова ректора Українського державного університету залізничного транспорту С. Панченка	3
Привітальна промова проректора з наукової роботи Українського державного університету залізничного транспорту Г. Ватулі	4
<b>СЕКЦІЯ І. ФІЛОСОФСЬКІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ</b>	
<b>ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ ТА СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ</b>	
АБАШНИК В.О. Володимир Чучмарів (1898–1978) як дослідник філософії Спінози	5
АБАШНИК У.В. Геерт Кайль та аналітична філософія в Німеччині	11
АНДРУЩЕНКО В.П. Академічна мобільність як запорука ефективності вищої освіти	15
ГРИНЬОВА Д.А. Антикітерський корабель: історія дослідження	19
ГУЖВА А.А. «Етика Авраама»: назустріч комунікативному розуму	22
ДАНІЛ'ЯН В.О. Соціально-економічні наслідки пандемії COVID-19 для українського суспільства	25
ДАНІЛ'ЯН В.О., ВОРОБІЙОВА А.А., НАГОРНА А.Є. Актуальні проблеми філософської науки в добу глобалізації	28
ДАХНІЙ А. Й. Феномен «позитивно-прекрасної людини» у сучасному світі у контексті екзистенційних мотивів романів Ф. Достоєвського	30
ЗАГОРУЛЬКО О.А. Еволюція поглядів Євгена Чикаленка щодо вирішення аграрного питання в Російській імперії	40
КОММЕДАЛ О. Johan Galtung's theory of structural violence and peaceful transformation of conflicts	45
ЛЮБИВИЙ Я.В. Рефлексія як механізм відтворення та конструювання ідентичності: цивілізаційний аспект	47
ПАВЛОВ В.І., АГУЛОВ В.В. Г.-Г. Гадамер: герменевтичний метод як «універсальний аспект філософії»	52
ПЕТРУШОВ В.М. Людвіг Вітгенштайн і його «логіко-філософський трактат» (до 100-річчя виходу у світ)	59
САБАДУХА В.О. Метафізична теорія особистості як відповідь на глобальні виклики	65

ПОЛЯКОВА О.М. Напрямки удосконалення організації виробничого процесу в сучасній економіці **218**

***СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА***

- ДИКАНЬ О.В., КОСІНЦЕВА П.Ю. Напрямки цифровізації економіки **221**
- КАЛИЧЕВА Н.Є. Інтелектуалізація управління як основа розвитку підприємства в умовах нової економіки **223**
- МАЛИХІНА Я.А., ПРОТОПОПОВА Я.С. Електронні адміністративні послуги: правове забезпечення інформаційної безпеки **224**
- ПЕТРИКІВА О.С. Інструменти маркетингу в банківській діяльності **226**
- ЧЕЛЯДІНОВА Н.Г., ЯКОВЕНКО В.Г., КУДЕЛЯ В.І. Економічні підходи щодо проблеми управління ризиками в Україні **229**

***ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ДИСКУСІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ***

- ЄВСЄЄВА О. О. Економіко-правові основи обліку здійснення вантажних перевезень автомобільним транспортом у межах митної території України **233**
- КОЛЕСНИКОВ А.В., ЛИСЯК О.І. Нормативно-правове забезпечення дистанційної роботи в Україні **237**
- СОЛОМНИКОВ І. В., КОНДРАТЮК М. В. Інноваційний розвиток підприємства як складова економічного розвитку **240**

***ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН***

- АЛЕКСАНДРОВА О. Ю., КОСИЧ М. В. Забезпечення економічної безпеки України в умовах інтеграції до системи світового господарства **242**

***ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ***

- AVANESOVA N., SERHIENKO Y., LYUBUSHIN R. The concept of personnel management of the enterprise **245**
- СЕМЕНОВ В.П. Аналіз особливостей підготовки персоналу для роботи в структурних підрозділах АТ «Укрзалізниця» та залізниць Японії **249**

**ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

**МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ «ЛЮДИНА, СУСПІЛЬСТВО, КОМУНІКАТИВНІ  
ТЕХНОЛОГІЇ»**

**REPORTS OF THE IX INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE “A PERSON, A SOCIETY, COMMUNICATIVE  
TECHNOLOGIES”**

м. Харків, 21–22 жовтня 2021 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times ET.

Умов. друк. арк. 19,76. Наклад 120 прим. Замов. № 1019/9-21.

Видавництво ТОВ «ДІСА ПЛЮС»

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: серія ДК № 4047 від 15.04.2011 р.

61029, м. Харків, шосе Салтівське, буд. 154. Тел. (057) 768-03-15,

e-mail: disadruk@gmail.com

Надруковано з готових оригінал-макетів у друкарні ФОП Петров В. В.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Запис № 2400000000106167 від 08.01.2009 р.

61144, м. Харків, вул. Гв. Широнінців, 79в, к. 137, тел. (057) 778-60-34.

e-mail:bookfabrik@mail.ua