

References:

1. Lee I. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons* / I. Lee, Y. J. Shin., 2018. – 46 p.
2. Regulating a Revolution: From Regulatory Sandboxes to Smart Regulation / D.Zetzsche, R. Buckley, D. Arner, D. Barberis., 2017. – 64 p.
3. Global Experiences from Regulatory Sandboxes // World Bank Group. – 2020. – №8.– P. 1.
4. Building FinTech Ecosystems: Regulatory Sandboxes, Innovation Hubs and Beyond / D.Arner, R. Veidt, D. Zetzsche, R. Buckley. // *Washington University Journal of Law and Policy*. – 2020. – №61. – P. 55–71.
5. Official site of Global Financial Innovation Network (GFIN). [Electronic source] – Access mode: <https://www.fca.org.uk/firms/innovation/global-financial-innovation-network>
6. Official site of National Bank of Ukraine. [Electronic source] – Access mode: <https://bank.gov.ua/>
7. 2019 Ukrainian FinTech & Banks Survey. USAID FST and EY. [Electronic source] – Access mode: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2019/12/FinTech-Survey-Report_ENG-12-12-2019.pdf
8. Parenti R. Regulatory Sandboxes and Innovation Hubs for FinTech / Radostina Parenti. // European Parliament, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies. – 2020. – P. 45–53.

Sakh A.

Student, NaUKMA

Rustambek R.

Student, European University Viadrina

WHAT ARE GENDER DIFFERENCES IN THE USAGE OF FACEBOOK?

There is a popular thought in sociology literature that females communicate and manage their relationship differently compared to males. To be more precise, that women are more oriented on relationship and social time spending and men are mostly task oriented. (Deaux, 1987) (Tommy K. H. Chan, 2015). In this seminar paper the goal is to find out whether these thoughts are applicable to Facebook.

According to We Are Social, DataReportal and Hootsuite (2021) 44% of Facebook users declare to be a woman. This topic is extremely important in today's digitalized world. Since the Internet appeared it started commercializing. In a few decades it became the main marketplace for many groups of goods or even whole industries. In the last year due to the Covid-19 pandemic internet market share grew drastically because of inability of many people to go shopping offline. Small businesses couldn't hold the pressure and left the market. Middle and even some big companies in many countries closed their retail points but moved to the Internet. And one of the main marketplaces on the Internet are social networking sites (further SNS). According to We Are Social, DataReportal and Hootsuite (2021) the most popular one is Facebook

with its 2853 millions monthly active users in the first quarter of 2021 (Facebook Quarterly Earnings Slides Q1 2021, page 3).

In real life this research can be helpful for many companies when optimizing their selling platforms and business in overall. PR - departments of corporations can improve their employees' photos to encourage new employees. Dating sites can make instructions for users about how to choose the best picture and users of SNSs can make a right choice depending on their goals. (Sigal Tifferet, 2014)

The first aim is to find out why people use Facebook and if there are gender differences in terms of motivation. Then - to research the problem of addiction and to find out if any gender is more prone to Facebook addiction. After that - to research behavioral differences between two genders in terms of both interaction and use of profile photos.

This research found that women mostly used Facebook in educational purpose, for social interactions and relationship maintenance. Men - in order to make new friends, to find new information, to entertain. Adolescent male's motivation to use Facebook is caused by the need to belong more often than female's.

Results about addiction research are quite contradictory, because some researches found females more prone to addiction, Irshad, Saleem and Kausar (2015), (Rimsha Irshad, 2015), According to Thompson & Loughheed (2012), while others measured equal addiction rates between two genders. (Rimsha Irshad, 2015), Sabeen Rahim, Saima Pervez and Salma Andleeb (2020).

Talking about behavioural findings the majority of studies conclude that women are more active in most of the cases. Thus they spend more time on Facebook, commented and messaged more, spend more energy on their profile photos and were more interested in relationship status of others. While males are more task oriented and independent. They are more interested in a number of friends of others than females. Such points like number of likes or being a celebrity tend to depend more on other factors but gender.

In terms of photo attitudes females spend more energy on their profile photos, as they perceive them as an impression management tool. On profile photos they are more relaxed on the photos, show emotions and wanted to represent a soft feminine image. Men want to show their masculinity, status, power and smile less. The only gender difference between cover photos is higher probability between females to choose a family photo for a cover image.

If we talk about limitations, one of the most important one I found is a methodology of all the beforementioned studies. First of all, those researches were based on a too small part of Facebook society to make a conclusion about all the users. It would have much more sense to use an artificial intelligence program to parse a bigger part of the open data from Facebook and cover all the open profiles. Another limitation is that some conclusions were based on subjective assessments of respondents which is not very reliable in questions of self-esteem. Despite all the limitations I believe that this study shed some light on gender differences in using of Facebook.

References:

1. Jöreskog, Karl G. (1993), Testing Structural Equation Models, in Bollen, Kenneth A./Long, J. Scott (Hrsg.), *Testing Structural Equation Models*, Newbury Park, CA: Sage, 294-316.
2. Packard, Vance (1957), *The Hidden Persuaders*, New York: Random House.
3. Smith, Michael (1999), *Understanding Digital Markets: Review and Assessment*, [Online], Available: <http://ecommerce.mit.edu/forum/papers/ERF140.pdf> [28.04.2000].
4. Vargo, Stephen L./Robert F. Lusch (2004), Evolving to a New Dominant Logic for Marketing, *Journal of Marketing*, 68 (January), 1-17.

Семко Р. Б.

Доцент кафедри фінансів, НаУКМА

ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ТА ДОСТУПНОСТІ ДАНИХ ДЛЯ ПОБУДОВИ ФІНАНСОВИХ МОДЕЛЕЙ: КРИТИКА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ СТАТИСТИКИ ТА ІНШИХ СТАТИСТИЧНИХ ОРГАНІВ УКРАЇНИ

Будь-яка найкраща економічна модель може мати своїм результатом хибні висновки чи прогнози, якщо вона побудована на даних поганої якості (так званий принцип GIGO «garbage in, garbage out»). Проблеми неточності даних, відсутності ключових показників чи їх запізненої появи можуть ще більше посилюватися складними нелінійними характеристиками економіко-математичної моделі й врешті-решт негативно впливати на ефективність монетарної та фіскальної політики на макрорівні чи інших економічних реформ та практик на регіональному [2].

Крім того, недоступність даних та їх представлення у поганій формі сильно ускладнюють роботу українських дослідників та знижують конкурентоспроможність університетів і наукових установ на міжнародній арені. У таких умовах навіть провідні світові вчені, які спробують включити економіку України як об'єкт в орбіту своїх дослідницьких інтересів, зіштовхнуться з багатьма перепонами, що знизить зацікавленість країною і ще більше відштовхне її на світову інтелектуальну периферію.

Саме тому точні, надійні та легкодоступні дані є важливим чинником для розвитку науки та запорукою ефективної економічної політики, що ґрунтується на основі фактів.

Ключовим джерелом статистичної інформації в Україні є Державна служба статистики. Лівову частку фінансово-економічної інформації збирає Національний банк України (НБУ). Інші державні органи, як правило, відповідають за галузеві показники. Наприклад, Міністерство економіки регулярно проводить оцінку розміру тіньового сектора, а Податкова служба України відповідає за статистику збору податків, кількості перевірок тощо.

Предметом запропонованого дослідження є виявлення проблем в опублікованих статистичних даних, які потенційно використовуються для побудови економічних та фінансових моделей. Зокрема, розглянемо три ключові недоліки: відсутність інформації, погана форма представлення даних та одруки.