

Пошукові системи представляють собою інструменти для пошуку інформації в мережі Інтернет. Вони індексують сайти за допомогою спеціальних програм (пошукових роботів). Щоб сайт виходив на першу сторінку по певних пошукових запитах клієнтів, необхідно оптимізувати сайт під пошукову систему і здійснювати комплекс заходів, спрямованих на його просування в мережі.

Контекстна реклама – вид розміщення інтернет-реклами, в основі якої лежить принцип відповідності змісту рекламного матеріалу контексту (змісту) інтернет-сторінки, на якій розміщується даний матеріал. Це більш інтелектуальний підхід до розміщення реклами, більше релевантний, ніж банерна реклама. Контекст може бути текстовим, а може включати картинки або елементи медіа. Контекстна реклама часто зустрічається на веб-сайтах або блогах, а також на сервісах електронної пошти.

Каталоги інтернет-сайтів представляють собою систематизовану добірку посилань на інтернет-сайти з описами. Каталоги діляться на каталоги загального призначення і тематичні (спеціалізовані, галузеві), а також можуть поділятися на регіональні, національні і глобальні. На відміну від пошукових систем, де індекс створюється автоматично, складання каталогу – це ручна робота по класифікації та анотування ресурсів. Ними зручно користуватися в тих випадках, коли відвідувачі шукають не відповідь на конкретне запитання, а сайти на певну тему. Усередині представлених в каталогах категорій сайти можуть бути відсортовані різними способами: за алфавітом, часом завантаження посилання, відвідуваності або цитування.

Медійна реклама в Інтернеті – це вид реклами на інтернет-ресурсах, спрямований на візуальне сприйняття користувачем рекламованого бренду.

Банер рекламне зображення фіксованого розміру, як правило, містить анімацію, яке виконує функцію гіперпосилання на той чи інший ресурс Інтернету. Банерна реклама сприяє збільшенню кількості відвідувань при значних фінансових вкладень. Як правило, банери використовуються для реклами промресурсов. Останнім часом в якості банера часто використовують, так званий, «куточок», що реагує на рух мишки. «Куточок» займає мінімальну площу в згорнутому стані, імітує відгинання листа звичайного паперу і не дратує відвідувачів сайту.

Говорячи про традиційні способи просування продукції в мережі, не можна не згадати про e-mail-маркетинг. Сучасні e-mail-кампанії є розсилку персоналізованих листів, що розсилаються на приватні адреси за списком. Реклама в тематичних списках розсилки часто буває більш ефективна, ніж традиційне розміщення банерів на веб-ресурсах. E-mail являє собою push-технологію мовлення, працює прямо і досягає конкретної групи користувачів.

Джерела та література

1. Литовченко І. Л., Пилипчук В. П. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ: Центр учб. л-ри, 2008.
2. Плєскач В. Л. Технології електронного бізнесу: монографія. Київ: КНЕУ, 2004.
3. Вірін Ф. Інтернет-маркетинг. Повний збірник практичних інструментів. Москва: Ескмо, 2009.

Олійник О. – к. е. н., доц.;
Ігнатюк А. – студентка
Національний університет водного
господарства та природокористу-
вання, м. Рівне, Україна

Соціальна відповідальність бізнесу: гендерний аспект

Актуальність проблематики гендерної нерівності підтверджується відображенням цього питання в одній з 17 Цілей сталого розвитку. Так, Ціль 5 спрямована на забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток, зокрема на повсюдну ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок і дівчат [1]. Однак, наявні статистичні дані щодо

ситуації на ринку праці дозволяють стверджувати, що в сфері соціально-трудоких відносин України гендерна нерівність є досить поширеним явищем. В 2019 р. співвідношення заробітної плати жінок і чоловіків становило 77,2 % у середньому по економіці [2]. В таких видах економічної діяльності, як поштова та кур'єрська діяльність, фінансова та страхова діяльність, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок жінки отримують заробітну плату на 36–37 % меншу в порівнянні з чоловіками.

За таких умов бізнес повинен всіляко сприяти становленню гендерної рівності в сфері праці, оскільки саме його представники користуються найбільшою довірою з боку персоналу. 75 % найманих працівників довіряють роботодавцю щодо покращення рівня життя [3]. Відтак реалізація концепції соціальної відповідальності бізнесу набуває особливого практичного значення. Дотримання соціально відповідальних принципів у взаємодії з працівниками здатне забезпечити гендерну рівність в сфері найму та звільнення працівників, оплати, охорони та безпеки праці, розвитку персоналу, кар'єрного зростання, надання соціального пакету тощо. Результатом соціально відповідального управління персоналом стане формування бренду роботодавця на ринку праці, утримання висококваліфікованих працівників, зростання лояльності персоналу до компанії. Такі практики будуть корисними для інших суб'єктів. Як показують оцінки Європейського інституту з питань гендерної рівності, просування рівності жінок і чоловіків може призвести до створення 10 млн додаткових робочих місць до 2050 р., зростання рівня зайнятості населення майже до 80 % [4].

Джерела та література

1. Ціль 5: Гендерна рівність. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals/goal-5-gender-equality.html>
2. Праця України 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/08/zb_Pracia2019.pdf
3. Edelman Trust Barometer. 2019. URL: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf
4. Гендерна рівність та відповідь на домашнє насильство в приватному секторі в Україні: заклик до дій. URL: <https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/ГЕНДЕРНА%20РІВНІСТЬ%202%20%281%29.pdf>

Перевалова А. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.
І. Ховрак
Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського
м. Кременчук, Україна

Забезпечення ефективності управління доходами банківських установ

Дохідність банку є показником успішності його роботи і служить одним з важливих факторів залучення нових акціонерів і зміцнення довіри клієнтів [1–4]. Ефективність управління доходами банківських установ найчастіше визначають за допомогою таких методів: порівняння, обчислення різниць, визначення питомої ваги, процентних співвідношень, ланцюгових підстановок, аналітичних групувань, індексний метод, кореляційний метод та балансовий метод. Система управління, здатна забезпечити ефективність управління доходами банку, наведена на рис. 1.

Важливо наголосити, що аналіз доходів має відбуватись на системні основі, що забезпечить ефективність управління доходами банківських установ. При цьому основними завданнями аналізу є: виявлення факторів і вимірювання їх впливу на відхилення фактичних результатів від планових, виявлення резервів підвищення ефективності надання банківських послуг, дослідження оптимальності управлінських рішень з управління доходами.