

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](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](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%20%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.

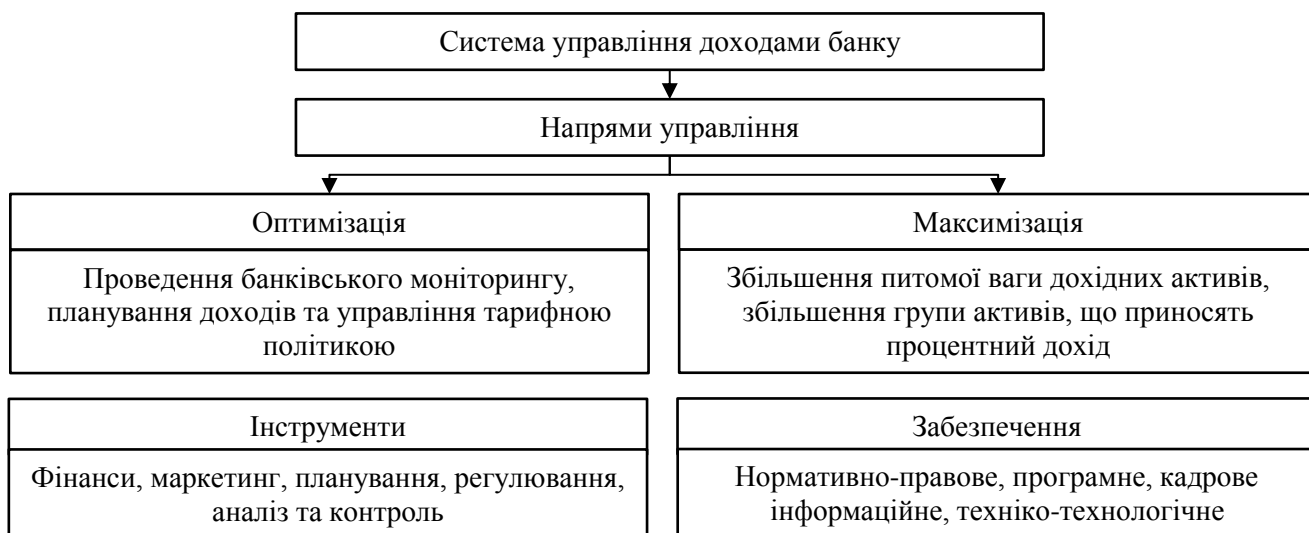


Рис. 1. Система управління доходами комерційного банку

#### Джерела та література

1. Кучеренко В. В., Данкевич Р., Тринчук В. В. *Форми інтеграції банківського і страхового капіталу*: монографія. Львів: Галичина-Прес, 2018, С. 284.
2. Полінкевич О. М. *Управління розвитком підприємства в умовах фінансової кризи*. *Економічний форум*. 2012. № 2. С. 412–423.
3. Ховрак І. В. *Побудова культури довіри у банківському та страховому секторах*. *Фінансові послуги*. 2017. № 3. С. 3–6.
4. Ховрак І. В., Семко Т. В. *Ефективність функціонування корпоративного сектору національної економіки*: монографія. Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2013. 276 с.

Полуда Т. – здобувач ОС «магістр»;  
 Стеценко В. – к. е. н., доц. кафедри  
 маркетингу  
 Національний університет харчових  
 технологій, м. Київ, Україна

### Актуальні стратегії електронної торгівлі підприємств в умовах пандемії

Електронна торгівля сьогодні – один із популярних та надійних каналів продажу. За допомогою його можна придбати та замовити будь-які послуги та товари: продукти харчування, одяг, медикаменти, послуги з прибирання, ремонту та інше.

Епідеміологічна ситуація у всьому світі поставила перед підприємствами новий виклик, як налагодити роботу та продовжити працювати. Велика кількість офлайн точок торгівлі закрилися, а інші перейшли до електронної комерції, серед них саме, ті хто зміг адаптуватися до нових умов та обрати правильну стратегію для розвитку. У даній ситуації дуже важливим для підприємств бути гнучкими, приймати зміни та вміти під них адаптуватися.

Дослідження проведене міжнародним агентством реклами та PR Dentsu Aegis Network показують, що бажання про офлайн зустрічі чи можливість вирушити на шопінг під час ізоляції збільшилося більш ніж на 50 %, такі дані свідчать про важливість залучення споживачів до свого бренду чи торгової марки, так як після закінчення пандемії їх активність зросте і вони можуть стати потенційними клієнтами [1].

Зовнішня реклама, як канал привабливості споживачів, втрачає свою актуальність, споживачі переважно проводять час у дома, використовують гаджети для підбору продукції, яка їх