

Розв'язати всі існуючі проблеми можна лише за рахунок реалізації активної та послідовної державної політики. У роботі досліджено та проаналізовано основні напрямки діяльності щодо покращення інноваційного клімату в Україні, серед яких виділено: правове, фінансове, адміністративне забезпечення, інфраструктура, спеціальне стимулювання інноваційного бізнесу, забезпечення знаннями.

**Список літератури:** 1. Колодинський С. Інноваційний потенціал економічного розвитку регіону//Економіст. – 2008. - №2. – С. 30. 2. Михайловська О. Інноваційний прорив України: політичний міф чи реальна можливість у глобалізованому світі//Економіст. – 2008. - №8. – С. 36. 3. Таряник О. , Глухова О.//Сучасні тенденції розвитку інноваційної діяльності в Україні: макроекономічний та регіональний аспекти//Статистика України. – 2008. - №2. – С. 63-65.

**УДК 339.138**

**СТАРИЦЬКА Н.Ю., КОСЕНКО О.П.,** доц., к.е.н.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ PR – КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

На сьогодні використання мережі ІНТЕРНЕТ задля комунікації з цільовою аудиторією є одним з найперспективніших та найдієвіших PR – інструментів, та маркетингу. Існує велика кількість різноманітних методів та заходів для проведення ефективної PR - кампанії в мережі ІНТЕРНЕТ.

По-перше, використання PR – інструментів в ІНТЕРНЕТІ має ряд переваг, такі, як: невелика вартість контактів, миттєва реакція на зміни, інтерактивність, контакт з потрібною цільовою аудиторією, відсутність бар'єрів (географічних, соціальних, культурних), тривалий термін зберігання інформації та інше.

Для того, щоб провести ефективну PR – кампанію в мережі ІНТЕРНЕТ необхідно дотримуватися таких головних методів роботи: розсилки, співпраця з ЗМІ, форуми, сервіси статистики, робота за персональним сайтом, SEO (пошукова оптимізація тексту по ключовим словам), SMM (використання соціальних мереж, в якості PR – інструменту за допомогою методики WEB 2.0).

PR в мережі ІНТЕРНЕТ має на меті фокусування впливу на конкретну вузькопрофільну цільову аудиторію та виділяти підгрупи в цій аудиторії для складання більш персоналізованих PR- звернень, враховуючи індивідуальні особливості та характеристики кожного відвідувача.

**Список літератури:** 1. Филипс. Д. PR в интернете. – Пер. с англ. И. Гаврилова. - М., 2004. 2. М.Гундарин. Книга руководителя отдела PR. - Питер. - 2007. - С.279. 3.Чумиков А., Бочаров М., Тишкова М. PR в Интернете. Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 – М., 2010г. 4. Касьянов, Ю. В. PR - кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения / Ю. В. Касьянов. - Спб. : Питер, 2008. - 192 с. 5. Горкина, М. Б. Пять шагов от менеджера до PR - директора / М. Б. Горкина. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. - 220 с.

**УДК 657.422.1**

**ФРОЛОВА Д.І., ПОБЕРЕЖНА Н.М.**, ст. викладач

## **СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ**

Інтенсивний розвиток технологій, потреба швидкої обробки значних потоків інформації в умовах фінансової глобалізації обумовлюють необхідність створення та використання новітніх високотехнологічних продуктів та інструментів в банківській діяльності. Нові інформаційні технології допомагають банкам змінити взаємовідносини з клієнтами та знайти нові засоби для отримання прибутку.

Сучасні інформаційні технології можна поділити на два блоки:

1) технології управління комерційним банком (сукупність інформаційних технологій банківського бухгалтерського обліку; економічного аналізу діяльності КБ за показниками НБУ; планування лімітів кредитування та ін.);

2) технології надання комерційним банком послуг клієнтам (технологія розрахунків "клієнт-банк", технологія розрахунків пластиковими картками, інтернет-банкінг, Вар-банкінг, міжбанківські переговори через систему SWIFT, усі види технологій електронних розрахунків у сфері електронної комерції, термінали самообслуговування за допомогою платіжних карт та ін.).

На сьогоднішній день більшість банків перейшли до системи онлайн-банкінг, в якій клієнти банку можуть управляти своїми рахунками з будь-якого місця світу різними способами: за телефоном, через локальні або спеціальні комп'ютерні мережі, через глобальну комп'ютерну мережу Інтернет, за допомогою портативних пристроїв. Інтернет-банкінг в Україні сьогодні пропонують лише 24-и банки з 50-ти найбільших роздрібних фінансових установ, при цьому у 8-ми ця послуга є безкоштовною.

Найбільш затребуваними послугами за допомогою системи інтернет-банкінгу є перекази між рахунками, розміщення і поповнення депозитів, оплата рахунків і послуг, зняття лімітів з карт.