

42
06.12.2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**



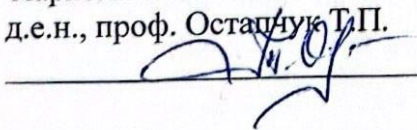
Нінашова Дарина Володимирівна
(студентка групи ЗПВ-22-1М)

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

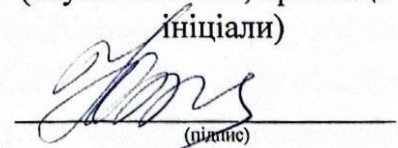
**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В
ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВТП «БУТОН»**

(представлена на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»
галузі знань 07«Управління та адміністрування» спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»)

Допущено до захисту
протокол № 8
від 29.11.2023
зав. кафедри менеджменту, бізнесу та
маркетингових технологій
д.е.н., проф. Остапчук Т.П.

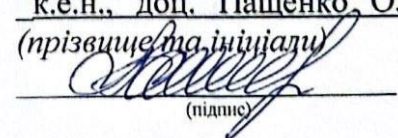


Керівник роботи:
д.е.н., доц. Юшкевич О. О.
(наукове звання, прізвище та
ініціали)



(підпис)

Рецензент
к.е.н., доц. Пашенко, О.П.
(прізвище та ініціали)



(підпис)

Житомир, 2023

Анотація

Нінашова Д.В. Ефективність використання інтернет-технологій в підприємницькій діяльності ТОВ «ВТП «БУТОН»– Рукопис.

Магістерська кваліфікаційна робота представлена на здобуття ступеня вищої освіти «магістр», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Державний університет «Житомирська політехніка», Житомир, 2023.

У магістерській кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади використання інтернет-технологій у малому бізнесі. Представлена аналітична оцінка фінансово-економічної діяльності та стану використання інтернет-технологій підприємством. Обґрунтовано напрями підвищення ефективності використання інтернет-технологій у діяльності підприємства.

Ключові слова: інтернет-технології, малий бізнес, маркетинг, Інтернет, переробна галузь.

Annotation

Ninashova D.V. The effectiveness of the use of Internet technologies in the entrepreneurial activity of VTP "BUTON" LLC.- Manuscript.

The master's qualification work is submitted for the Master's degree, field of knowledge 07 «Management and administration» of specialty 076 «Entrepreneurship, trade and stock market activity». - Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, 2023.

The master's thesis examines the theoretical foundations of the use of Internet technologies in small business. An analytical assessment of financial and economic activity and the state of use of Internet technologies by the enterprise is presented. The directions for increasing the efficiency of the use of Internet technologies in the company's activities are substantiated.

Keywords: Internet technologies, small business, marketing, Internet, manufacturing industry.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У МАЛОМУ БІЗНЕСІ.....	7
1.1. Сутність інтернет-технологій та їхня класифікація	7
1.2. Процес управління інтернет-технологіями у малому бізнесі.....	14
1.3. Методичні підходи оцінки ефективності використання інтернет- технологій.....	22
1.4. Світовий досвід успішного використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу.....	28
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2 АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ТОВ «ВТП «БУТОН».....	36
2.1. Аналіз тенденцій розвитку підприємств переробної галузі	36
2.2. Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «ВТП «Бутон»	48
2.3. Оцінка рівня використання інтернет-технологій в діяльності підприємства.....	60
Висновки до розділу 2	69
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВТП «БУТОН»	72
3.1. Організаційно-методичні засади підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності підприємства.....	72
3.2. Резерви підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон»	81
3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів	87
Висновки до розділу 3	92
ВИСНОВКИ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	Помилка! Закладку не визначено.
ДОДАТКИ.....	Помилка! Закладку не визначено.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Дослідження використання інтернет-технологій у малому бізнесі залишається дуже актуальним у сучасному світі, що обумовлено в першу чергу зростанням доступ до Інтернету: все більше людей користуються Інтернетом для здійснення покупок, пошуку інформації та зв'язку. Дослідження може допомогти малому бізнесу зрозуміти, як використовувати цей широкий доступ до своєї переваги і залучати нових клієнтів через онлайн-канали.

Конкуренція в сфері малого бізнесу стає все жорсткішою. Використання Інтернет-технологій, таких як веб-сайти, соціальні мережі, електронна комерція тощо, може надати підприємствам конкурентну перевагу, дозволяючи досягати більшої аудиторії та ефективно конкурувати з іншими гравцями на ринку. Також, використання Інтернет-технологій може допомогти знизити витрати на рекламу, маркетинг, збереження даних та зв'язок з клієнтами. Це може призвести до підвищення ефективності бізнес-процесів і збільшення прибутковості.

Інтернет дозволяє малим бізнесам вести діяльність на глобальному ринку. Дослідження може допомогти визначити, які інтернет-інструменти і платформи є найбільш ефективними для проникнення на міжнародний ринок і залучення клієнтів з різних країн. Інтернет постійно розвивається, і з'являються нові технології та тренди. Дослідження може допомогти малому бізнесу відстежувати і використовувати останні інновації, щоб покращити свою конкурентоспроможність і задовольнити змінні потреби клієнтів.

Інтернет-технології є необхідною складовою інформаційних технологій, оскільки без постійного оновлення інформаційних систем вони стають застарілими та непридатними для функціонування, що може завдати шкоди підприємству. Використання інтернет-технологій є доцільним для підтримки оптимального стану інформаційних технологій.

Питання цифрового маркетингу та аспекти його функціонування висвітлено в працях вітчизняних та зарубіжних дослідників, а саме: О.Ю. Белікова, М.М. Іваннікова, Ю.В. Ніколаєва, І. Окландер Г.Ю. Олійник, А. Петросянц, Я.В. Полєва, І.П. Фоміченко, В.О. Шашко, Р. Шемчук та інші. Така увага до даного питання

підтверджує його актуальність. Оскільки Інтернет є невід'ємною частиною сучасного бізнесу, дослідження використання Інтернет-технологій у малому бізнесі має значення для розуміння, як ефективно використовувати ці інструменти та збільшити успішність підприємства.

Використання інтернет-технологій у структурі ринку розширює можливості, створює нові ринки збуту, підвищує репутацію, прискорює та покращує прозорість бізнес-процесів і розвиває нові сфери діяльності. Сучасні підприємства прагнуть отримати конкурентні переваги та максимальний ефект від використання інформаційних та інтернет-технологій, але без кваліфікованих спеціалістів вкладені кошти можуть не принести очікуваних результатів.

Зазначене обумовило вибір теми, постановку мети та завдань магістерської кваліфікаційної роботи. Обрана тема повністю відповідає проблемам напряму підготовки за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є визначення та обґрунтування напрямів підвищення ефективності інтернет-технологій в діяльності підприємств малого бізнесу.

Поставлена мета обумовила вирішення наступних **завдань**:

- визначити сутність інтернет-технологій та їхню класифікацію;
- дослідити процес управління інтернет-технологіями у малому бізнесі;
- обґрунтувати методичні підходи оцінки ефективності використання інтернет-технологій;
- розглянути світовий досвід успішного використання інтернет-технологій;
- дослідити тенденції розвитку підприємств переробної галузі;
- провести діагностику фінансово-економічного стану ТОВ «ВТП «Бутон»;
- надати оцінку рівня використання інтернет-технологій в діяльності підприємства;
- сформулювати організаційно-методичні засади підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності підприємства;

- сформуувати резерви підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності підприємства;
- оцінити ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження у магістерській кваліфікаційній роботі виступає процес використання інтернет-технологій у малому бізнесі, **предметом** – теоретичні, методичні та прикладні засади підвищення ефективності використання інтернет-технологій у малому бізнесі.

Методи дослідження. Теоретико-методологічна основа дослідження використання інтернет-технологій у малому бізнесі у даній роботі ґрунтувалась на основі системно-структурного підходу, який розглядає управління рентабельністю господарської діяльності підприємства як цілісну структуровану систему. Для досягнення поставлених завдань використовувалися основні методи дослідження, такі як наукова абстракція, аналіз, синтез, індукція, дедукція, логічний аналіз, системний підхід тощо. Для досягнення поставлених цілей також були використані методи, такі як монографічний - при вивченні літературних джерел та нормативно-правових актів, теоретичне узагальнення, порівняння та аналогії - для розкриття сутності поняття "інтернет-технології", класифікація - для систематизації ознак класифікації інтернет-технологій, балансовий аналіз - для дослідження тенденцій функціонування підприємства.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові фахові, навчальні та методичні публікації провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, чинне законодавство України, статистичні дані, дані фінансової та управлінської звітності досліджуваного підприємства.

Наукова новизна роботи полягає в подальшому розвитку теоретико-методичних засад використання інтернет-технологій у малому бізнесі. Зокрема, це знайшло своє відображення у наступному:

- удосконалено підхід до структуризації механізму використання інтернет-технологій в діяльності підприємства, що, на відміну від існуючих положень, передбачає виділення основних компонентів та етапів використання інтернет-технологій у малому бізнесі;

– розроблено рекомендації щодо вибору та впровадження конкретних інтернет-технологій у малому бізнесі, враховуючи різні аспекти, такі як фінансові можливості, потреби підприємства та характеристики цільової аудиторії;

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні резервів підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон»».

За результатами дослідження опубліковано: Юшкевич О.О. Нінашова Д.В. Застосування аналітики в інтернет-технологіях розвитку бізнесу підприємств. Тези IV Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу» (09–10 листопада 2023 р.).

Апробація результатів дослідження. Апробація результатів дослідження. Результати дослідження було апробовано під час участі в наступних наукових конференціях: IV Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу» (09–10 листопада 2023 р.).

Структура та обсяг магістерської кваліфікаційної роботи. Магістерська кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, додатків. Основний зміст роботи викладено на 95 сторінках друкованого тексту. Робота містить 23 таблиці та 18 рисунків. Список використаних джерел налічує 80 найменувань. Робота містить 5 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У МАЛОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Сутність інтернет-технологій та їхня класифікація

У сучасному світі, який постійно змінюється, нові технології проникають у всі сфери людської діяльності. Поступово в Інтернет-просторі почали здійснюватися такі побутові заходи, як покупка товарів, спілкування та відпочинок. Це можливо завдяки тому, що більшість населення планети має пристрої, які мають доступ до Інтернету. За даними «Gemius», на кінець 2022 року кількість українських інтернет-користувачів становила майже 30 мільйонів, тобто близько 80% населення країни [6]. Такі принципові зміни в житті людей мають не менш важливі наслідки для організації діяльності компаній і глобальних корпорацій. Однією з інновацій 21 століття, викликаних науково-технічними досягненнями, стала поява та розвиток інтернет-технологій.

Інтернет-технології є необхідною складовою інформаційних технологій, оскільки без постійного оновлення інформаційних систем вони стають застарілими та непридатними для функціонування, що може завдати шкоди підприємству. Використання інтернет-технологій є доцільним для підтримки оптимального стану інформаційних технологій.

Використання Інтернету в діяльності підприємств дозволяє підвищити конкурентоспроможність товарів, розширити ринки збуту та знайти нових постачальників, посередників та споживачів [29, с.165]. Це відповідає бізнес-процесам залучення клієнта, вивчення його потреб, здійснення транзакцій та надання післяпродажного обслуговування. Для забезпечення всіх цих бізнес-процесів взаємодії компанії з клієнтом потрібна система, яка охоплює їх усі. Використання інтернет-технологій є актуальним для успішної діяльності будь-якого підприємства в сучасному світі, оскільки вони стали невід'ємною частиною його функціонування.

Сутність поняття "інтернет-технології" полягає в застосуванні технологічних засобів, протоколів і програмних рішень для забезпечення комунікації, обміну даними та доступу до інформації через глобальну мережу Інтернет.

У статті, яку опублікувало аналітичне агентство TAdviser, визначається поняття інтернет-технологій як «набору комунікаційних, інформаційних та інших технологій та сервісів, які використовуються в Інтернеті або за його допомогою» [5]. Основою для інтернету та інтернет-технологій є гіпертексти і веб-сайти, які розміщуються як в глобальній мережі Інтернет, так і в локальних комп'ютерних мережах.

Інтернет-технології включають широкий спектр інструментів та ресурсів, які використовуються для створення, обробки, передачі та збереження інформації в онлайн-середовищі. Інструменти інтернет-технології які відображають їхню сутність відображено на рис.1.1.



Рис.1.1. Інструменти інтернет-технологій [38]

Отже, згідно рис.1.1, сучасні інструменти інтернет-технологій охоплюють різні сфери діяльності. Інтернет-технології дозволяють створювати інтернет-магазини, де люди можуть купувати товари та послуги онлайн. Електронні платежі, електронний обмін товарами і послугами, онлайн-маркетинг і реклама - все це є частиною електронної комерції. Також вони революціонізували освітній процес. Дозволяють отримувати онлайн-уроки і лекції, брати участь у вебінарах і курсах дистанційного навчання, використовувати електронні підручники і ресурси для самостійного навчання.

На нашу думку, сучасні інтернет-технології перетворили спосіб, яким споживаються медіа та розважальний контент. Потокowe відео, музичні платформи, соціальні мережі, онлайн-ігри - усе це стало доступним завдяки розвитку інтернету. Інтернет дозволяє компаніям проводити електронний маркетинг, взаємодіяти зі споживачами через соціальні мережі, надавати онлайн-послуги, такі як бронювання квитків, готелів або ресторанів.

В інтернеті розвивається медична телемедицина, яка дозволяє пацієнтам звертатися до лікаря в онлайн-режимі, отримувати консультації, вести електронний медичний запис. Соціальні мережі, месенджери і форуми дозволяють людям спілкуватися, обмінюватися інформацією, ділитися фотографіями та відео, знаходити нових друзів і встановлювати професійні контакти [47, с.29]. Окрім наведених, інтернет-технології використовуються в багатьох інших сферах, таких як фінанси, транспорт, громадська безпека, наука, дослідження та багато інших. Ці технології надають багато можливостей для поліпшення різних аспектів нашого життя і діяльності.

Основна мета використання інтернет-технологій полягає в полегшенні комунікації, збільшенні доступності до інформації, покращенні ефективності бізнес-процесів, підвищенні рівня взаємодії з клієнтами та розширенні глобальних можливостей для підприємств та користувачів [64].

Інтернет-технології відіграють важливу роль у розвитку та успіху малого бізнесу. Відобразимо на рис.1.2 основні завдання та функції, які вони виконують у цьому контексті.



Рис.1.2. Завдання та функції інтернет-технологій у розвитку малого бізнесу [73]

Отже, згідно рис.1.2, можна зробити висновок що веб-сайт є важливим каналом залучення потенційних клієнтів та комунікації з існуючими клієнтами.

Також електронні платежі, онлайн-замовлення та доставка роблять процес покупки зручним для клієнтів. Вони дозволяють впроваджувати віддалену роботу, спрощують співпрацю та обмін ідеями. Це лише кілька прикладів того, як сучасні інтернет-технології можуть бути застосовані в малому бізнесі. Кожен бізнес може вибрати ті інструменти, які найкраще відповідають його потребам і допоможуть досягти поставлених цілей.

На думку дослідника Ю. В. Холодняк сутність інтернет-технологій можна виразити і через їхню класифікацію. Згрупуємо основні класифікаційні ознаки за допомогою табл.1.1.

Таблиця 1.1

Класифікаційні ознаки інтернет-технологій [72, с.23]

Класифікаційна ознака	Вид	Характеристика
1	2	3
Призначення	Комунікаційні технології	це включає електронну пошту, месенджери, соціальні мережі, відеоконференції та інші інструменти, які допомагають людям спілкуватися та обмінюватися інформацією через Інтернет.
	Електронна комерція	це системи, які дозволяють здійснювати електронні покупки, здійснювати платежі, керувати онлайн-магазинами та іншими комерційними операціями.
	Освітні технології	це онлайн-курси, вебінари, електронні підручники, дистанційне навчання та інші інструменти, які полегшують освоєння знань і навичок через Інтернет.
	Медіа та розваги	це потокове відео, музичні платформи, соціальні медіа, ігри та інші розважальні веб-сервіси.
Функціональні можливості	Веб-розробка	технології, які дозволяють створювати веб-сайти, веб-додатки та інтерактивний вміст
	Аналітика та інтелектуальний аналіз даних	інструменти для збору, обробки та аналізу даних з метою отримання корисних інсайтів та прийняття обґрунтованих рішень
	Кібербезпека	технології, що забезпечують захист інформації, мереж і комп'ютерних систем від несанкціонованого доступу, втручання та інших загроз.
	Хмарні технології	це послуги та інфраструктура, що дозволяють доступатися до ресурсів (програмне забезпечення, обчислювальну потужність, збереження даних) через Інтернет.
	Інтернет речей (IoT)	технології, які дозволяють з'єднувати фізичні пристрої та об'єкти з Інтернетом, щоб обмінюватися даними та здійснювати керування.

Продовження табл.1.1

1	2	3
Технологічні аспекти	Веб-технології	такі як HTML, CSS, JavaScript, PHP, які використовуються для розробки веб-сайтів та додатків.
	Бази даних	системи для зберігання та керування даними, такі як MySQL, PostgreSQL, MongoDB.
	Мобільні технології	розробка додатків для мобільних пристроїв на платформах, таких як iOS та Android.
	Штучний інтелект та машинне навчання	технології, що дозволяють комп'ютерам виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту, такі як розпізнавання образів або мови.
	Блокчейн	розподілена технологія, що забезпечує безпеку та недоторканність транзакцій та даних шляхом їхнього розподіленого зберігання та підтвердження.
Області застосування	Фінанси та банківська справа	електронні платежі, онлайн-банкінг, фінансовий аналіз;
	охорона здоров'я	телемедицина, електронні медичні записи, здоров'я та фітнес-додатки;
	логістика та транспорт	онлайн-бронювання, відстеження вантажів, маршрутизація доставки;
	громадська безпека	системи відеоспостереження, розпізнавання обличч, системи оповіщення та кризового реагування;
	виробництво та ланцюжок постачання	автоматизація виробничих процесів, відстеження запасів, планування виробництва;
	туризм та гостинність	онлайн-бронювання готелів, туристичні портали, віртуальні тури;
	освіта та навчання	електронні підручники, дистанційне навчання, платформи для онлайн-курсів;
	соціальні мережі та спільноти	платформи для спілкування, обміну інформацією та співпраці між користувачами.

Отже, згідно табл.1.1, інтернет-технології можна класифікувати за різними ознаками, такими як їхнє призначення, функціональні можливості, технологічні аспекти та області застосування. Зазначені ознаки інтернет-технологій допомагають розуміти їхню широку спектральну природу та застосування в різних галузях бізнесу та суспільства. Відповідно до потреб і цілей, організації можуть вибирати та впроваджувати певні технології, щоб покращити свою діяльність, забезпечити конкурентоспроможність та задовольнити потреби клієнтів.

Класифікація інтернет-технологій дозволяє нам організувати та розуміти різноманітність технологічних інструментів, які використовуються в сучасному

світі. Водночас в праці дослідників І.П. Таніченко та Ю.В. Шашко згруповано дещо інші підходи до визначення видів сучасних інтернет-технологій, табл.1.2.

Таблиця 1.2

Види і характеристики сучасних інтернет-технологій [68, с.133]

Вид інтернет-технології	Характеристики
Хмарні технології	Збереження та обробка даних у віртуальних серверах
	Доступ до даних та програм з будь-якого місця та пристрою
	Масштабованість та гнучкість використання ресурсів
Інтернет речей	Взаємодія фізичних об'єктів та збір даних з датчиків
	Дистанційний контроль та управління об'єктами без участі людини
	Оптимізація та автоматизація робочих процесів
Великі дані	Збір, збереження та аналіз великого обсягу даних
	Виявлення тенденцій, закономірностей та корисних відомостей
	Покращення прийняття рішень та прогнозування результатів
Штучний інтелект	Аналіз та інтерпретація даних для прийняття рішень
	Розпізнавання образів, мови та тексту
	Автоматизоване навчання та покращення алгоритмів
Віртуальна реальність	Створення іммерсивного середовища для користувачів
	Симуляція реальних об'єктів, ситуацій та взаємодій
	Застосування у галузях, таких як ігрова індустрія, навчання, медицина

На нашу думку, наведена в табл.1.2 класифікація надає загальний огляд різних видів інтернет-технологій та їх характеристик. Зазначені характеристики не є вичерпними і можуть бути розширені залежно від конкретних варіантів використання та розвитку цих технологій.

Таким чином, розширюючи свої кордони, інформаційні технології незворотно впливають на всі галузі національної економіки та життєві сфери населення. Використання інтернет-технологій у структурі ринку розширює можливості, створює нові ринки збуту, підвищує репутацію, прискорює та покращує прозорість бізнес-процесів і розвиває нові сфери діяльності. Сучасні підприємства прагнуть отримати конкурентні переваги та максимальний ефект від використання інформаційних та інтернет-технологій, але без кваліфікованих спеціалістів вкладені кошти можуть не принести очікуваних результатів.

1.2. Процес управління інтернет-технологіями у малому бізнесі

У сутності, інтернет-технології є ключовими компонентами сучасного світу, які перетворили спосіб, яким ми спілкуємося, отримуємо інформацію, здійснюємо покупки та займаємося бізнесом. Вони відіграють важливу роль у розвитку малого бізнесу, покращенні його конкурентоспроможності та створенні нових можливостей для успіху.

Розвиток технологічної інфраструктури світового господарства передбачав зростання ефективності малих та середніх підприємств у різних галузях, завдяки адаптованій до їхніх потреб техніці. Це призвело до збільшення участі цих суб'єктів навіть у секторах, де традиційно переважали великі компанії. Використання сучасних інформаційних технологій, зокрема Інтернету, у діяльності малих та середніх підприємств має численні переваги. По-перше, це дає можливість суттєво знизити витрати на виробництво та операційну діяльність. По-друге, це сприяє розширенню клієнтської бази. По-третє, це дозволяє скоротити час циклу виробництва та продажу. Все це відкриває нові можливості для проникнення на нові ринки. Крім того, використання інформаційних технологій також покращує ефективність процесу прийняття управлінських рішень [71, с.261].

Підприємства малого та середнього бізнесу поступово впроваджують Інтернет в свою діяльність. Спочатку вони використовують Інтернет як засіб комунікації та отримання інформації. Наступним кроком є використання Інтернету для організації процесів купівлі-продажу. Зрештою, вони переходять до використання Інтернету для здійснення фінансових трансакцій. Спостерігаються дві паралельні тенденції: по-перше, зростає кількість підприємств малого та середнього бізнесу, що створюються для роботи на електронних ринках; по-друге, збільшується кількість підприємств, що переходять до сфери електронної торгівлі.

Узагальнюючи, можна виділити наступні цілі підприємств малого та середнього бізнесу використання Інтернет-технологій: просування бренду, реклама; збільшення обсягів продажу та ринкової частки; поліпшення взаємодії з

постачальниками та клієнтами; поліпшення внутрішнього спілкування між співробітниками підприємства. Для багатьох підприємств малого та середнього бізнесу головною метою використання Інтернету залишається ефективна маркетингова стратегія [20, с.78].

Проте, варто відзначити, що існує значна розбіжність у сприйнятті Інтернет-технологій як інструменту для підвищення ефективності підприємницької діяльності між підприємствами малого та середнього бізнесу, які вже використовують Інтернет з цією метою, та тими, які поки ще не застосовують його. Наприклад, дослідження, проведені в Канаді серед малих та середніх підприємств, свідчать про те, що половина власників або керівників компаній, які вже користуються Інтернетом, впевнені, що він відіграє вирішальну роль у їхній бізнес-діяльності, у порівнянні з лише 19% власників або керівників підприємств, які поки ще не використовують Інтернет і не поділяють цієї думки [18, с.36].

У контексті економіки знань особливо важливим стає забезпечення підприємств конкурентних переваг шляхом підвищення рівня інноваційної спроможності, тобто їх здатності самостійно розробляти та комерціалізувати інновації. Розповсюдження та доступність сучасних інформаційних технологій, зокрема Інтернету, сприяли розвитку нових технологій інноваційного співробітництва малих та середніх підприємств на основі так званих віртуальних співтовариств або співтовариств віртуальних знань.

У першій історичній формі такого співробітництва, якою було віртуальне підприємство, з'явилися у 1990-х роках у країнах з високим конкурентним статусом, а згодом ця концепція отримала своє трактування і в науковій літературі. Віртуальне підприємство визначається як відкрита бізнес-система, що базується на формуванні юридично самостійних суб'єктів малого та середнього бізнесу, які об'єднуються в єдиний інформаційний простір з метою спільного використання власних технологічних ресурсів [8, с.134]. На початкових етапах таких підприємств було створено спільні електронні торговельні площадки та диспетчерські служби. Партнерство в рамках віртуального підприємства надавало учасникам такі переваги, як швидкість і своєчасність виконання замовлень,

зниження загальних витрат завдяки ефективному використанню базових знань та ключових компетенцій, а також краще задоволення потреб споживачів.

Управління інтернет-технологіями включає в себе комплекс дій та стратегій, спрямованих на ефективне та цілеспрямоване використання інтернет-інструментів у бізнесі та суспільстві [17]. Сутність процесу управління інтернет-технологіями полягає в систематичному підході до планування, впровадження, контролю та оптимізації цих технологій з метою досягнення стратегічних цілей та успіху організації. Відобразимо на рис.1.3 основні етапи процесу управління інтернет-технологіями.

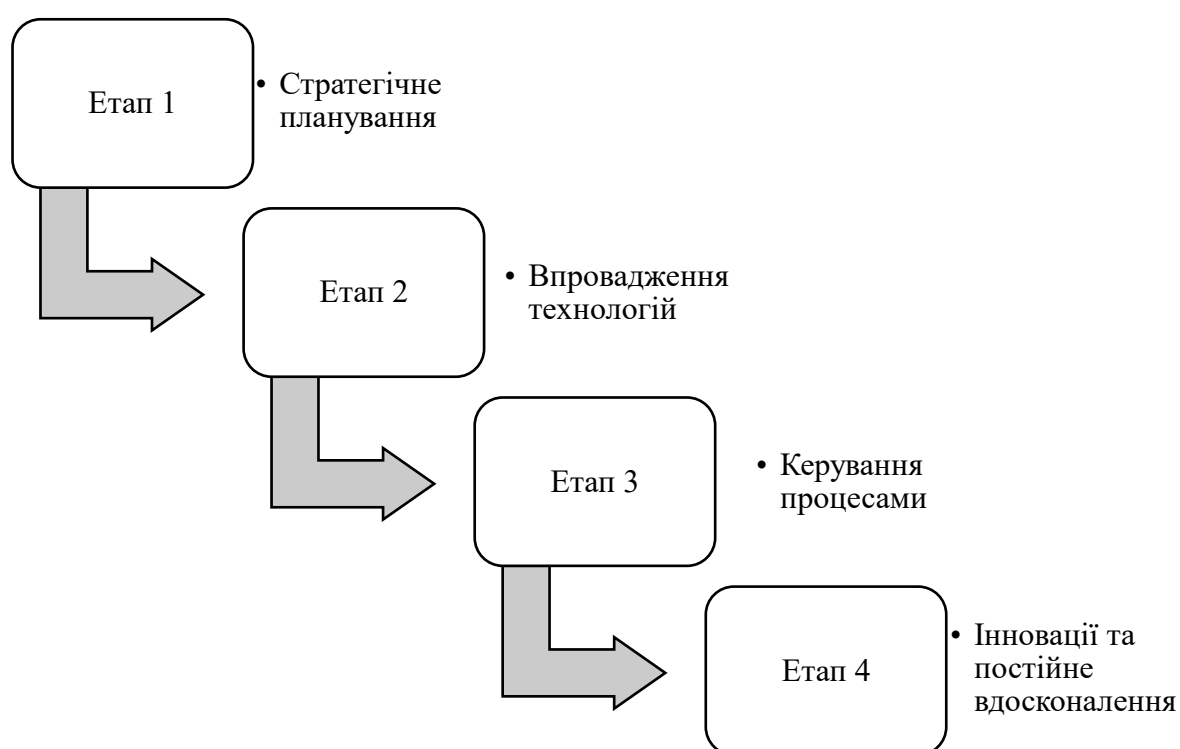


Рис.1.3. Етапи процесу управління інтернет-технологіями [22, с.57]

Розглянемо наведені на рис.1.3 етапи більш детально далі.

Етап стратегічного планування включає визначення мети та визначення стратегічного напрямку використання інтернет-технологій. Це може включати розробку бізнес-планів, визначення потреб та цілей організації, а також вибір підходящих інтернет-технологій для досягнення стратегічних цілей.

На етапі впровадження технологій здійснюється впровадження вибраних інтернет-технологій в організацію. Це може включати налаштування систем,

розробку веб-сайту або додатків, інтеграцію з існуючими системами, навчання персоналу та встановлення процедур і політик щодо використання технологій [22, с.58].

Етап керування процесами включає моніторинг та контроль за використанням інтернет-технологій. Менеджери відстежують продуктивність, безпеку, взаємодію з клієнтами та інші аспекти використання технологій. Застосовуються стратегії забезпечення якості, вирішення проблем та оптимізації процесів.

Управління інтернет-технологіями передбачає постійне оновлення та вдосконалення технологій для забезпечення конкурентоспроможності організації. Це може включати впровадження нових функціональностей, адаптацію до змінних потреб користувачів та розвиток інноваційних рішень для використання інтернет-технологій [36].

Управління інтернет-технологіями вимагає глибокого розуміння можливостей технологій, стратегічного мислення та гнучкості в адаптації до змінних умов ринку. Впровадження та ефективне використання інтернет-технологій може допомогти організаціям поліпшити комунікацію, залучення клієнтів, процеси виробництва та багато іншого. Цей процес вимагає гармонійного поєднання бізнес-стратегій, технологічних знань та навичок управління, що сприяє створенню конкурентної переваги та досягненню успіху в діджитал-економіці.

Простота використання інтернет-технологій призвела до об'єднання безлічі покупців та продавців, які обмінюються інформацією, товарами та послугами. Це змінило спосіб, яким суб'єкти економічної діяльності ведуть бізнес, створюючи нові моделі [49, с.80].

Бізнес-моделі є важливою концепцією в сучасному підприємстві та веденні бізнесу. Моделювання в бізнесі відіграє ключову роль у формуванні та розвитку підприємства в умовах невизначеності та гострої конкуренції. У класифікації бізнесу виділяються декілька груп суб'єктів, зокрема:

споживачі (фізичні особи).

бізнес-організації.

державні органи влади;

фінансові установи, які здійснюють розрахунки між іншими суб'єктами електронної комерції[54, с.150].

Одним з основних напрямків інтернет-бізнесу є B2B (бізнес для бізнесу), який передбачає комплексну взаємодію між компаніями за допомогою електронних комунікацій.

Для автоматизації керування бізнесом на підприємствах використовуються інформаційні системи, які також постійно розвиваються і допомагають підвищити ефективність діяльності підприємств. На підприємствах використовуються різні типи інформаційних систем, відобразимо основні із них в табл.1.3.

Таблиця 1.3

Типи інформаційних систем, які використовуються в бізнесі [63, с.170]

Тип інформаційної системи	Характеристики
CRM (Customer Relationship Management)	Система управління взаємодією з клієнтами, яка допомагає відстежувати та аналізувати дані про клієнтів, керувати продажами та маркетингом, поліпшувати відносини з клієнтами.
ERP (Enterprise Resource Planning)	Інтегрована система управління ресурсами підприємства, яка об'єднує різні функціональні області бізнесу, включаючи фінанси, облік, управління запасами, логістику, виробництво тощо.
SCM (Supply Chain Management)	Система управління ланцюжком постачання, яка допомагає контролювати, керувати та оптимізувати рух товарів, послуг та інформації від постачальників до кінцевих споживачів.
DMS (Document Management System)	Система управління документами, яка дозволяє зберігати, організовувати, керувати та пошуково знаходити документи та інформацію в електронному форматі.
BI (Business Intelligence)	Система бізнес-аналітики, яка допомагає витягати, аналізувати та візуалізувати великі обсяги даних, щоб приймати обґрунтовані бізнес-рішення.
CMS (Content Management System)	Система управління контентом, яка дозволяє створювати, редагувати та керувати вмістом веб-сайту або блогу без необхідності знання програмування.
E-commerce Platform	Платформа електронної комерції, яка надає функціонал для створення та управління інтернет-магазином, включаючи каталог товарів, оплату, доставку, замовлення та інтеграцію з платіжними системами.

HRM (Human Resource Management)	Система управління людськими ресурсами, яка допомагає автоматизувати процеси управління персоналом, включаючи рекрутинг, управління кадрами, навчання та розвиток, винагороди тощо.
---------------------------------	---

Наведені в табл.1.1 типи інформаційних систем представляють лише деякі з можливих варіантів інструментів, які використовуються в бізнесі. Кожна система має свої унікальні характеристики, що відповідають конкретним потребам і цілям підприємства. Про те в цілому, ці інформаційні системи грають важливу роль у розвитку та управлінні підприємствами, допомагаючи підвищити ефективність діяльності та покращити взаємодію з клієнтами, постачальниками та іншими учасниками бізнес-процесів.

Малі та середні підприємства, на відміну від великих компаній, зазвичай не мають чітко визначеної стратегії співпраці та партнерства. Вони залежать від ланцюжка постачання та системи субконтрактів [62]. Ділові зв'язки між підприємствами малого та середнього бізнесу, які передбачають використання різних мереж, зазвичай будуються на неформальній основі. Вони не мають чіткої структури, є спонтанними та залежать від галузі, в якій функціонує підприємство. Для підтримання існуючих мереж ділових зв'язків малі та середні підприємства використовують традиційні можливості, які надає Інтернет, а саме:

електронна пошта, яка використовується для комунікації між учасниками співтовариства та організації дискусій між ними;

чати, які дозволяють спілкуватися в режимі реального часу та проводити дискусії та семінари;

технологія моментальної передачі повідомлень, яка дозволяє швидко надсилати повідомлення, відкривати інтернет-сторінки, спілкуватися за допомогою інтернет-телефонії та проводити відеоконференції [60, с.17];

дошки оголошень, які дозволяють учасникам підтримувати дискусії онлайн, забезпечуючи обмін інформацією в більшому масштабі;

веб-конференції, що сприяють економії транспортних витрат, участі всіх зацікавлених учасників та ефективному використанню часу;

опитування в режимі реального часу, які дозволяють швидко збирати інформацію від учасників співтовариства;

бази даних учасників, які використовуються для створення та оновлення профайлів, забезпечують пошук фахівців із необхідним досвідом та контроль якості інформації;

блоги, що представляють собою онлайнові щоденники з різним контентом, які можуть містити інформацію не лише особистого характеру, але і перехід до іншого контенту [80, с.243].

Узагальнюючи дослідження процесу управління інтернет-технологіями у малому бізнесі, можна зробити висновок, що використання сучасних інформаційних технологій, зокрема Інтернету, надає підприємствам малого та середнього бізнесу чимало переваг. Ці технології дозволяють знизити виробничі та операційні витрати, розширити клієнтську базу, скоротити цикл виробництва та продажу, що створює додаткові можливості для проникнення на нові ринки. Крім того, використання Інтернету сприяє поліпшенню взаємодії з зовнішніми партнерами, покращенню комунікації між працівниками та забезпечує ефективне прийняття управлінських рішень. Однак, існує різниця у сприйнятті Інтернет-технологій серед підприємств малого та середнього бізнесу. Деякі підприємства вже визнають важливість та вирішальну роль Інтернету у своїй діяльності, тоді як інші поки ще не використовують його повністю. Дослідження показують, що підприємства, які активно використовують Інтернет, мають більшу впевненість у його позитивному впливі на їхній бізнес.

Таким чином, ефективне управління інтернет-технологіями є важливим аспектом для малого бізнесу. Підприємства повинні активно впроваджувати та використовувати різноманітні інструменти, такі як електронна пошта, чати, технологія моментальної передачі повідомлень, веб-конференції, опитування в режимі реального часу та інші, щоб забезпечити ефективну комунікацію, співпрацю та покращення бізнес-процесів. Це допомагає підприємствам малого бізнесу бути конкурентоспроможними, розширювати свою діяльність і досягати успіху на сучасному ринку.

1.3. Методичні підходи оцінки ефективності використання інтернет-технологій

Проведення оцінки ефективності використання інтернет-технологій є необхідним для підприємств з метою забезпечення успішності та конкурентоспроможності у сучасному бізнес-середовищі. Інтернет-технології мають значний вплив на багато аспектів бізнесу, включаючи маркетинг, продажі, обслуговування клієнтів, операційні процеси та взаємодію зі стейкхолдерами.

На думку дослідників О. А.Соболева-Терещенко, В. О. Антонова, Д.О. Халіна та І.В. Бродк, оцінка ефективності використання інтернет-технологій дозволяє підприємствам:

максимізувати результативність шляхом оцінки ефективності, підприємства можуть ідентифікувати, які конкретні інтернет-технології приносять найбільшу користь та позитивний вплив на їхню діяльність. Це дозволяє зосередити ресурси та зусилля на найбільш ефективних аспектах технологічного використання [71, с.262];

покращити конкурентоспроможність. Оцінка ефективності використання інтернет-технологій допомагає підприємствам зберегти конкурентну перевагу на ринку. Визначення та вдосконалення ефективних стратегій та практик, пов'язаних з інтернет-технологіями, дозволяє привернути більше клієнтів, поліпшити якість обслуговування та пристосуватися до мінливих вимог ринку;

забезпечити оптимальне використання ресурсів: Оцінка ефективності допомагає підприємствам оцінити ефективність витрат, пов'язаних з використанням інтернет-технологій. Це дозволяє здійснювати раціональне розподіл бюджету та ресурсів, уникати непродуктивних витрат та забезпечити оптимальне використання наявних ресурсів [65];

підвищити задоволеність клієнтів. Оцінка ефективності використання інтернет-технологій дозволяє підприємствам зрозуміти, як ці технології впливають на задоволеність та відгуки клієнтів. Це дозволяє удосконалювати

процеси обслуговування, забезпечувати персоналізований підхід до клієнтів та відповідати їхнім потребам;

розробити стратегію майбутнього розвитку. Оцінка ефективності використання інтернет-технологій надає підприємствам цінну інформацію для розробки майбутніх стратегій розвитку. Вона допомагає ідентифікувати потенційні можливості та виклики, пов'язані з використанням інтернет-технологій, і розробляти плани дій для досягнення конкурентної Переваги [71, с.263].

Отже, оцінка ефективності використання інтернет-технологій є необхідним інструментом для підприємств, що дозволяє покращити результативність, забезпечити конкурентоспроможність, ефективно використовувати ресурси, задовольнити потреби клієнтів та розробити стратегію майбутнього розвитку.

Науково-методичні підходи до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій включають різні методики та підходи, що базуються на наукових дослідженнях і практичних досвіді [79, с.348].

Один з підходів - аналітичний. В рамках цього підходу проводиться аналіз даних та визначення показників ефективності на основі статистичних методів. Наприклад, застосовуються методи аналізу веб-аналітики, що дозволяють вимірювати трафік на веб-сайті, конверсію, час перебування на сторінці, витрати на рекламу та інші метрики. Аналізуючи ці дані, можна встановити ефективність використання інтернет-технологій та виявити можливості для оптимізації.

Дослідники Н. О.Шпак та І. В.Грабович дотримуються підходу опитування та фокус-групи [77, с.260]. Цей метод включає проведення анкетування клієнтів, працівників та інших зацікавлених сторін. За допомогою анкет можна оцінити сприйняття та задоволеність клієнтів від використання інтернет-технологій, а також зібрати пропозиції та рекомендації для покращення. Фокус-групи дозволяють глибше вивчити потреби та очікування клієнтів, отримати квалітативні дані та інсайти, які можуть бути використані для розробки стратегій.

Підхід порівняння з аналогічними підприємствами, прихильниками якого є А.Сідак, включає дослідження і порівняння результатів та показників вашого

підприємства зі схожими підприємствами у відповідній галузі [64]. Порівнюючи свої результати з успішними конкурентами, можна встановити ефективність використання інтернет-технологій та виявити можливі проблеми або прогалини, що потребують удосконалення.

Також використовуються інші методики, такі як аналіз вартості та користі (Cost-Benefit Analysis), розрахунок рентабельності (Return on Investment), балансовий підхід (Balanced Scorecard) та інші [59, с.18].

Застосовуючи науково-методичні підходи до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій, підприємства можуть отримати об'єктивну оцінку та зробити інформовані рішення для покращення своєї діяльності.

Методичні підходи до оцінки ефективності використання інтернет-технологій в бізнесі узагальнено в табл.1.4.

Таблиця 1.4

Методичні підходи до оцінки ефективності використання інтернет-технологій в бізнесі [37; 39; 40]

Підхід	Характеристика
Фінансові показники	Один з підходів полягає у визначенні фінансових результатів, отриманих в результаті використання інтернет-технологій. Це може включати збільшення обсягів продажів, зниження витрат на маркетинг та рекламу, підвищення прибутковості та інші фінансові показники, які свідчать про позитивний вплив використання інтернет-технологій на фінансовий результат підприємства.
Показники продуктивності	Оцінка ефективності може базуватися на показниках продуктивності, таких як зменшення часу виконання завдань, підвищення швидкості обробки замовлень, збільшення кількості клієнтів, обслугованих протягом певного періоду, або покращення якості обслуговування клієнтів.
Задоволеність клієнтів	Важливим аспектом оцінки ефективності використання інтернет-технологій є задоволення клієнтів. Це може включати збільшення клієнтської бази, покращення рівня обслуговування, зменшення часу очікування та інші показники, які свідчать про покращення задоволеності клієнтів внаслідок використання інтернет-технологій.
Рівень інноваційності	Оцінка може базуватися на рівні інноваційності, які впроваджуються за допомогою інтернет-технологій. Це можуть бути нові продукти чи послуги, нові способи комунікації з клієнтами, впровадження нових моделей бізнесу тощо.
Аналіз даних та вимірювання	Використання аналітики даних та вимірювання може бути ефективним підходом до оцінки ефективності використання інтернет-технологій. Це може включати збір та аналіз даних про використання веб-сайту, соціальних медіа, електронних розсилок та інших інтернет-

	інструментів для оцінки їх ефективності та впливу на бізнес.
--	--

У кожному конкретному випадку підприємство може використовувати комбінацію цих підходів для оцінки ефективності використання інтернет-технологій у своїй діяльності.

Оцінка ефективності інтернет-технологій вимагає здійснення оцінки в таких напрямках:

1. Оцінка окремих впроваджуваних підприємством інструментів інтернет-технологій;
2. Оцінка результативності загальної маркетингової стратегії компанії в Інтернеті.

Все це вимагає використання якісних і кількісних показників, щоб отримати повну картину ефективності маркетингових зусиль підприємства в Інтернеті. Вибір конкретних показників оцінки ефективності впровадження інтернет-технологій залежить від поставлених цілей та задач управління розвитком підприємства. Глобальні цілі оцінювання ефективності включають вибір найприбутковіших інструментів інтернет-маркетингу, постійний контроль за результативністю виконання заходів в Інтернеті порівняно з запланованими цілями, а також порівняння ефективності маркетингових інструментів з ефективністю конкурентів, як існуючих, так і потенційних [32, с.17].

На нашу думку, цікавим є підхід дослідників О.Кузьменко, О.Маклюк, О.Чернишова, які сформували узагальнену матрицю показників оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу підприємств, табл.1.5.

Таблиця 1.5

Матриця показників оцінювання ефективності використання інструментів інтернет-технологій підприємств [34]

Підхід до оцінювання	Напрямок оцінки
1	2
Свідомість бренду	Кількість відвідувань веб-сайту Кількість переглядів рекламних банерів або оголошень Кількість підписників на електронну розсилку Кількість фолловерів у соціальних мережах
Залучення клієнтів	Кількість здійснених покупок Кількість нових клієнтів Конверсійний відсоток (співвідношення кількості відвідувачів до

	кількості покупок)
Продовження табл.1.5	
1	2
Задоволеність клієнтів	Рівень задоволеності, вимірюваний через опитування клієнтів або відгуки Кількість повторних покупок Рівень відмов від продукту або послуги
Рентабельність маркетингових заходів	Обсяг продажів, зроблених через маркетингові канали Середній чек покупок Відношення витрат на маркетинг до отриманого прибутку
Взаємодія з клієнтами	Кількість запитів від клієнтів, отриманих через електронну пошту або соціальні мережі Час відповіді на запити клієнтів Рейтинг задоволеності взаємодії з клієнтами (оцінка, отримана від клієнтів)
Рівень залученості аудиторії	Кількість коментарів, лайків та репостів на соціальних медіа Кількість активних учасників у спільнотах та форумах Відсоток зростання аудиторії на соціальних мережах
Результативність рекламних кампаній	Відсоток конверсії рекламних оголошень Вартість залучення клієнта (CPA - Cost Per Acquisition) Показники ефективності рекламних каналів (CTR - Click-Through Rate, ROI - Return on Investment)
Якість контенту та взаємодія з ним	Кількість скачувань або переглядів інформаційних матеріалів (е-книжки, відео, інфографіки) Кількість коментарів та відгуків на блогові статті або вебінари Рейтинг якості контенту (оцінка, отримана від аудиторії)
Клієнтський сервіс	Час відповіді на запити клієнтів через електронну пошту або соціальні медіа Рівень задоволеності клієнтів після взаємодії з клієнтською службою Кількість повторних покупок від задоволених клієнтів

Наведені в табл.1.5 показники допомагають оцінювати ефективність використання різних інструментів маркетингу і дозволяють зробити висновки щодо їхнього внеску у досягнення маркетингових цілей підприємства. Варто враховувати, що конкретний набір показників може варіюватись залежно від специфіки бізнесу, цілей та стратегій компанії [17]. Важливо відстежувати та аналізувати ці показники на постійній основі, щоб забезпечити ефективне використання інтернет-технологій у маркетингових зусиллях підприємства.

Спочатку, підприємство повинно оцінити ефективність свого корпоративного сайту, який виступає обличчям організації як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Оцінка результативності сайту проявляється у кількості замовлень, які здійснюються після ознайомлення клієнтів з продукцією

компанії на сайті. Важливо постійно оновлювати інформацію на сайті, розробляти акції та знижки, що зацікавляють клієнтів [37, с.27]. Також варто зауважити, що підтримка сайту не потребує значних витрат, тому реклама продукції через цей канал є вигідною та результативною. Такий підхід до оцінки ефективності використання інтернет-маркетингу дозволить досягти підвищення продуктивності веб-ресурсу та збільшення обсягів продажу. Оцінка ефективності включатиме в себе аналіз результатів різних інструментів інтернет-маркетингу, таких як веб-сайт компанії, банерна реклама, електронні розсилки, відеоролики, конференції та семінари в онлайн-форматі. Важливою передумовою є використання інтернет-статистики, яка надасть важливу інформацію про зацікавленість інтернет-споживачів, навіть після кількох місяців проведення рекламних кампаній [14, с.16]. Це дозволить встановити, скільки клієнтів здійснили покупку, коли це сталося, хто став постійним клієнтом, а хто просто відвідав сайт з цікавості.

Таким чином, методичні підходи до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій в бізнесі є важливим інструментом для визначення успішності та впливу цих технологій на підприємство. Застосування таких підходів дозволяє оцінити ефективність конкретних інструментів та методів маркетингу, а також загальної маркетингової політики компанії в онлайн-середовищі. Оцінка ефективності включає в себе розгляд кількісних і якісних показників, які допомагають зрозуміти загальну картину ефективності використання інтернет-технологій. При оцінці необхідно враховувати конкретні цілі та задачі підприємства, а також особливості використовуваних інструментів. Глобальні цілі оцінювання ефективності включають вибір найприбутковіших інструментів, контроль над результативністю маркетингових заходів та порівняння ефективності з конкурентами. Врахування методичних підходів до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій є необхідним для підприємств, оскільки це дозволяє зробити обґрунтовані рішення щодо використання та вдосконалення інтернет-маркетингових стратегій. Такий аналіз допомагає підвищити ефективність роботи веб-ресурсів, залучити більше клієнтів

та збільшити обсяги продажу, що є ключовими факторами успіху в сучасному електронному бізнесі.

1.4. Світовий досвід успішного використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу

Світовий досвід свідчить про успішне використання інтернет-технологій у різних сферах бізнесу. Незалежно від розміру підприємства, інтернет-технології надають багато переваг, що сприяють його зростанню та розвитку.

У сфері електронної комерції інтернет-технології дозволяють підприємствам досягати глобальної аудиторії клієнтів, забезпечуючи зручний і доступний спосіб покупок. Вони дозволяють створювати онлайн-магазини, запроваджувати персоналізовані маркетингові кампанії та взаємодіяти з клієнтами шляхом електронної комунікації.

У сфері маркетингу інтернет-технології надають різноманітні інструменти для просування бренду, залучення цільової аудиторії та аналізу результатів маркетингових кампаній. Це включає в себе соціальні медіа, контекстну рекламу, електронну пошту, контент-маркетинг, SEO-оптимізацію та багато інших інструментів, які допомагають підприємствам ефективно просувати свої продукти та послуги в онлайн-середовищі [7, с.100].

Крім того, інтернет-технології сприяють покращенню комунікаційних процесів в підприємствах, спрощуючи обмін інформацією між співробітниками та партнерами. Вони дозволяють проводити відеоконференції, спільно працювати над проектами, обмінюватися документами та координувати роботу в режимі онлайн.

Світовий досвід показує, що успішне використання інтернет-технологій вимагає комплексного підходу та постійного оновлення знань та навичок. Підприємства, які активно використовують інтернет-технології, мають можливість швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах, залучати нових клієнтів та розширювати свою діяльність [15, с.167].

Згідно з дослідженнями Microsoft, до 2020 року 40% процесів на виробництвах будуть автоматизовані, не потребуючи прямої участі людини [27]. Вже зараз 90% виробників розуміють, що використання хмарних технологій буде необхідним для оптимізації робочих процесів.

Відобразимо в табл.1.6 найбільш успішні приклади використання інтернет-технологій в діяльності підприємств.

Таблиця 1.6

Приклад успішного використання інтернет-технологій в бізнесі [31]

Назва компанії	Роль інтернет-технологій в бізнесі
Amazon	Використовуючи електронну комерцію та інтернет-маркетинг, Amazon став найбільшим онлайн-роздрібним магазином у світі. Вони забезпечують широкий вибір товарів, швидку доставку та зручність онлайн-покупок.
Netflix	Ця компанія пропонує послугу потокового відео, що дозволяє користувачам переглядати фільми та телешоу онлайн. Вони використовують інтернет-технології для стримування контенту в режимі реального часу і надають персоналізований досвід для своїх абонентів.
Uber	Ця компанія забезпечує послугу таксі на основі мобільних додатків. Користувачі можуть замовити таксі через додаток та відстежувати місцезнаходження свого водія в режимі реального часу. Інтернет-технології дозволяють забезпечити зручне та швидке замовлення таксі.
Airbnb	Ця платформа дозволяє користувачам знаходити та орендовувати житло від приватних власників. Airbnb використовує інтернет-технології для створення зручного сервісу бронювання та обміну інформацією між гостями та господарями.
Tesla	Ця компанія, що виробляє електромобілі, активно використовує Інтернет для просування своїх продуктів та спілкування з клієнтами. Вони використовують соціальні медіа, веб-сайт та інші інтернет-канали для привертання уваги та підтримки спільноти клієнтів.
Google	Ця компанія є одним з провідних пошукових двигунів у світі. Вона використовує алгоритми та інтернет-технології для пошуку та індексації веб-сторінок, що дозволяє користувачам знаходити необхідну інформацію швидко та ефективно.
Facebook	Ця соціальна мережа об'єднує мільярди користувачів з усього світу. Facebook використовує інтернет-технології для забезпечення спілкування, обміну контентом, реклами та залучення аудиторії до різних бізнесів.
Apple	Ця компанія виробляє електронні пристрої, такі як iPhone, iPad та MacBook, і надає послуги через інтернет. Вони використовують інтернет-технології для розробки та постачання програмного забезпечення, продажу та підтримки своїх продуктів.
Alibaba	Ця китайська компанія є одним з найбільших онлайн-торгових майданчиків у світі. Вони використовують інтернет-технології для забезпечення електронної комерції, оптимізації логістичних процесів та побудови глобальної мережі постачальників та покупців.

Отже, кожна з наведених в табл.1.6 компаній використовує інтернет-технології для досягнення своїх цілей і надання кращого сервісу своїм клієнтам. Це включає в себе електронну комерцію, онлайн-маркетинг, потокове відео, мобільні додатки та інші інноваційні рішення, які покращують взаємодію з клієнтами та стимулюють зростання бізнесу. Ці приклади показують різноманітність використання інтернет-технологій компаніями різних галузей. Кожна з цих компаній використовує інноваційні підходи та інтернет-технології для досягнення успіху в своїй галузі, підвищення ефективності та задоволення потреб клієнтів та для досягнення своїх цілей і надання кращого сервісу своїм клієнтам.

Використання інтернет-технологій в сучасному бізнесі має як позитивні, так і негативні наслідки. Однією з переваг є можливість глобального досягнення аудиторії і підвищення конкурентоспроможності. Завдяки Інтернету підприємства можуть залучати клієнтів із різних країн, розширювати свої ринки і пропонувати товари та послуги в онлайн-режимі. Це забезпечує більший обсяг продажів і потенційно вищий дохід [35, с.100].

Однак, інтернет-технології також приносять виклики і проблеми для сучасного бізнесу. Перш за все, великий обсяг конкуренції в онлайн-просторі може зробити складним вибірку і залучення клієнтів. Конкуренти можуть швидко копіювати ідеї і розвивати аналогічні продукти або послуги, що змушує підприємства бути постійно інноваційними і витратити багато ресурсів на маркетинг і просування.

Поширення інтернет-технологій також викликає проблеми з приватністю та кібербезпекою. Збільшена кількість трансакцій, обміну даними та збереження інформації в онлайн-середовищі підвищує ризик несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, крадіжки даних та зловживання ними. Це може призвести до порушення довіри клієнтів і негативно позначитися на репутації підприємства [37, с.27].

Окрім того, інтернет-технології можуть викликати зміни в структурі праці та зайнятості. З одного боку, вони дозволяють автоматизувати багато рутинних

процесів, що зменшує потребу у робочій силі. З іншого боку, вони створюють нові можливості для розвитку інтернет-підприємств та появи нових робочих місць, пов'язаних з цифровими технологіями.

Крім того, залежність від інтернет-технологій може бути ризикованою для бізнесу. Випадки технічних збоїв, відключень мережі або кібератак можуть призвести до значних втрат, перерв у роботі та незадоволеності клієнтів. Отже, використання інтернет-технологій на світовому ринку стикається з проблемами, узагальнимо їх на рис.1.4.



Рис.1.4. Проблеми використання інтернет-технологій у бізнесі [38]

Розглянемо наведені на рис.1.4 проблеми більш детально далі.

З розширенням доступу до Інтернету з'являється все більше підприємств, які використовують інтернет-технології для залучення клієнтів. Це призводить до збільшення конкуренції на ринку, що може ускладнити залучення цільової аудиторії та вимагати більшого інноваційного підходу до просування.

Використання інтернет-технологій пов'язане з ризиком безпеки даних. Кіберзлочинці можуть атакувати веб-сайти, красти конфіденційну інформацію про клієнтів або порушувати приватність користувачів. Підприємства повинні вкладати значні зусилля у захист своїх систем та інформації [38].

Недоліки в роботі програмного забезпечення, проблеми зі сумісністю між різними платформами та пристроями, перебої в роботі мережі - це лише деякі з технічних проблем, з якими можуть зіткнутися підприємства при використанні інтернет-технологій. Вони можуть призвести до незручностей для користувачів та втрати бізнесу.

Впровадження інтернет-технологій вимагає наявності кваліфікованого персоналу, який зможе ефективно використовувати ці технології. Брак кадрів з відповідними навичками та знаннями може стати перешкодою для успішного впровадження інтернет-технологій у підприємство [43, с.101].

Інтернет є децентралізованою мережею, і як результат, його доступність та якість з'єднання можуть коливатися в різних регіонах та часах. Це може вплинути на швидкість роботи веб-сайту, дотримання строків та загальну ефективність використання інтернет-технологій.

Ці проблеми вимагають уваги та додаткових зусиль з боку підприємств, що використовують інтернет-технології. Розв'язання цих проблем допоможе забезпечити успішне використання інтернет-технологій та досягнення позитивних результатів на світовому ринку.

Отже, хоча використання інтернет-технологій принесло багато переваг для сучасного бізнесу, воно також супроводжується проблемами і викликами. Підприємства повинні бути готовими до вирішення цих проблем шляхом розробки ефективних стратегій маркетингу, збереження конфіденційності даних та кібербезпеки, а також адаптувати свою бізнес-модель до змін в цифровому середовищі.

Світовий досвід сприяння розвитку інтернет-технологій включає різні аспекти, такі як інфраструктура, регуляція, інновації, громадський доступ і державна підтримка [44, с.50].

Успішний розвиток інтернет-технологій вимагає наявності широкосмугового інтернету та стабільної мережевої інфраструктури. Країни, які інвестували у розвиток високошвидкісного Інтернету та прокладання оптичних

волоконних ліній, сприяли зростанню доступу до Інтернету та розвитку інтернет-послуг.

Ефективна регуляція галузі інтернет-технологій може створювати сприятливу среду для розвитку інновацій і конкуренції. Ряд країн використовують прозорість і гнучкість у своїй регуляторній політиці, щоб сприяти швидкому впровадженню нових технологій та послуг.

Розвиток інтернет-технологій сприяв інноваціям у таких сферах, як електронна комерція, соціальні медіа, хмарні технології, штучний інтелект та Інтернет речей. Країни, які просувають інновації в цих областях, стають лідерами у сфері інтернет-технологій.

Забезпечення доступу до Інтернету для всіх громадян є важливим чинником розвитку інтернет-технологій. Деякі країни впроваджують програми громадського доступу до Інтернету, надаючи безкоштовний або недорогий доступ для населення, особливо для малозабезпечених груп.

Урядова підтримка може грати важливу роль у сприянні розвитку інтернет-технологій. Країни, які інвестують у дослідження та розвиток, надають податкові стимули для технологічних підприємств або забезпечують фінансування стартапів, стимулюють інновації і зростання в цій галузі [48, с.206].

Ці приклади світового досвіду показують, що сприяння розвитку інтернет-технологій вимагає комплексного підходу, який поєднує інфраструктуру, регуляцію, інновації, громадський доступ і державну підтримку.

Таким чином, світовий досвід успішного використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу підтверджує їх значний потенціал, але виносить на поверхню також проблеми та виклики. Успішні компанії демонструють, що інтернет-технології можуть стати ключовим фактором у досягненні конкурентної переваги та створенні інноваційних рішень. Проте використання інтернет-технологій не обійшлося без проблем. Великий обсяг конкуренції в онлайн-середовищі ставить виклик перед підприємствами, які повинні надавати унікальні пропозиції та активно інновувати, щоб зберегти конкурентоспроможність. Проблеми з приватністю та кібербезпекою стають зростаючою загрозою, оскільки

підприємства повинні дбати про захист конфіденційної інформації та уникати крадіжки даних. Технічні збої та кібератаки можуть спричинити серйозні втрати та викликати незадоволення серед клієнтів. Незважаючи на ці проблеми, перспективи використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу залишаються високими. Розширення доступу до Інтернету в усьому світі відкриває нові ринки та можливості для підприємств. Розвиток штучного інтелекту, блокчейн-технологій, розширеної реальності та інших інновацій дозволяє створювати нові цифрові рішення та відкривати нові галузі бізнесу.

Отже, світовий досвід показує, що успішне використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу вимагає поєднання інновацій, гнучкості та підтримки з боку держави. Підприємства повинні активно використовувати інтернет-технології, але також бути свідомими проблем і викликів, що супроводжуються цими технологіями, та вживати необхідні заходи для забезпечення успішності свого бізнесу в цифровому віці.

Висновки до розділу 1

Узагальнюючи дослідження теоретичних засад використання інтернет-технологій у малому бізнесі, можна зробити наступні висновки:

1. Розширюючи свої кордони, інформаційні технології незворотно впливають на всі галузі національної економіки та життєві сфери населення. Використання інтернет-технологій у структурі ринку розширює можливості, створює нові ринки збуту, підвищує репутацію, прискорює та покращує прозорість бізнес-процесів і розвиває нові сфери діяльності. Сучасні підприємства прагнуть отримати конкурентні переваги та максимальний ефект від використання інформаційних та інтернет-технологій, але без кваліфікованих спеціалістів вкладені кошти можуть не принести очікуваних результатів.

2. Ефективне управління інтернет-технологіями є важливим аспектом для малого бізнесу. Підприємства повинні активно впроваджувати та використовувати різноманітні інструменти, такі як електронна пошта, чати,

технологія моментальної передачі повідомлень, веб-конференції, опитування в режимі реального часу та інші, щоб забезпечити ефективну комунікацію, співпрацю та покращення бізнес-процесів. Це допомагає підприємствам малого бізнесу бути конкурентоспроможними, розширювати свою діяльність і досягати успіху на сучасному ринку.

3. Методичні підходи до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій в бізнесі є важливим інструментом для визначення успішності та впливу цих технологій на підприємство. Застосування таких підходів дозволяє оцінити ефективність конкретних інструментів та методів маркетингу, а також загальної маркетингової політики компанії в онлайн-середовищі. Оцінка ефективності включає в себе розгляд кількісних і якісних показників, які допомагають зрозуміти загальну картину ефективності використання інтернет-технологій. При оцінці необхідно враховувати конкретні цілі та задачі підприємства, а також особливості використовуваних інструментів. Глобальні цілі оцінювання ефективності включають вибір найприбутковіших інструментів, контроль над результативністю маркетингових заходів та порівняння ефективності з конкурентами. Врахування методичних підходів до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій є необхідним для підприємств, оскільки це дозволяє зробити обґрунтовані рішення щодо використання та вдосконалення інтернет-маркетингових стратегій. Такий аналіз допомагає підвищити ефективність роботи веб-ресурсів, залучити більше клієнтів та збільшити обсяги продажу, що є ключовими факторами успіху в сучасному електронному бізнесі.

4. Світовий досвід показує, що успішне використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу вимагає поєднання інновацій, гнучкості та підтримки з боку держави. Підприємства повинні активно використовувати інтернет-технології, але також бути свідомими проблем і викликів, що супроводжуються цими технологіями, та вживати необхідні заходи для забезпечення успішності свого бізнесу в цифровому віці.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ТОВ «ВТП «БУТОН»

2.1. Аналіз тенденцій розвитку підприємств переробної галузі

Для формування аналітичної оцінки про рівень використання інтернет-технологій обрано Товариство з обмеженою відповідальністю «Виробничо-торгівельне підприємство «Бутон» (скорочено ТОВ «ВТП «Бутон»)), яке функціонує в галузі переробної промисловості, виробництва електричного устаткування. Підприємство зареєстровано 3 січня 1996 року за адресою Житомирська область, місто Житомир, вулиця Сергія Параджанова, будинок 80 [21].

Основним видом діяльності згідно КВЕД є 27.12 Виробництво електророзподільчої та контрольної апаратури. Іншими видами є: виробництво електромонтажних пристроїв; оброблення металів та нанесення покриття на метали; механічне оброблення металевих виробів; виробництво замків і дверних петель; виробництво інших готових металевих виробів; електромонтажні роботи; неспеціалізована оптова торгівля; вантажний автомобільний транспорт [21].

Переробна промисловість є однією з ключових галузей господарства, яка займається перетворенням сировинних матеріалів на готову продукцію шляхом використання фізичних, хімічних або біологічних процесів. Ця галузь має значний вплив на економіку, забезпечуючи робочі місця, виробництво товарів і послуг, а також стимулюючи інновації та технологічний прогрес.

Переробна промисловість охоплює широкий спектр секторів, включаючи харчову, хімічну, фармацевтичну, текстильну, металургійну, енергетичну та багато інших галузей. Кожна з цих галузей має свої особливості, але загальний процес переробки включає кілька ключових етапів, таких як збір і підготовка

сировини, технологічний процес перетворення, контроль якості і упаковка готової продукції.

Однією з головних переваг переробної промисловості є здатність до додавання вартості до сировини. Наприклад, сировину можна перетворити на високоякісний продукт з високою доданою вартістю, що дозволяє забезпечувати високий рівень доходу та збільшення виробництва. Крім того, переробна промисловість створює можливості для розширення міжнародної торгівлі, що сприяє розвитку економіки країни [62].

Технологічний прогрес грає важливу роль у розвитку переробної промисловості. Впровадження нових і покращених технологій дозволяє підвищувати ефективність виробництва, зменшувати витрати на енергію та матеріали, поліпшувати якість продукції і знижувати вплив на довкілля. Наприклад, використання автоматизованих систем контролю та управління може забезпечити більш точну і ефективну переробку матеріалів.

Загалом, переробна промисловість є важливим сектором економіки, який забезпечує виробництво широкого спектру продуктів і стимулює економічний розвиток. Ця галузь продовжує розвиватися завдяки технологічному прогресу, інноваціям та змінам у споживацьких звичках, і має великий потенціал для створення нових робочих місць та забезпечення сталого росту.

Важливо враховувати, що зміни в зовнішньоекономічній діяльності можуть впливати різними факторами, включаючи глобальні економічні умови, міжнародні політичні відносини та інші чинники. Тож для виявлення релевантних змін зовнішнього середовища переробної галузі та узагальнення результатів дослідження, використаємо метод PEST-аналізу, метод групування макроекономічних факторів маркетингового середовища (де під «Р» розглядаються політико-правове середовище діяльності, «Е» – економічне середовище, «S» – соціальні аспекти, «Т» – технології, що використовуються. Даний аналіз допоможе сформулювати думку про дальнє оточення підприємства [15, с.50].

P (Political) – під політико-правовим забезпеченням розуміється державне регулювання промислової галузі діяльності в Україні, яке забезпечується близько 200 нормативно-правовими актами. Основними із яких є:

Закон України "Про захист прав споживачів" – встановлює права та обов'язки споживачів, включаючи вимоги до якості продукції, маркування, інформування споживачів, вирішення спорів тощо.

Закон України "Про охорону праці" – регулює питання безпеки та охорони праці на підприємствах, включаючи переробну промисловість. Встановлює вимоги до організації робочих місць, захисту працівників, проведення обов'язкових медичних оглядів тощо.

Закон України "Про стандартизацію" – регулює питання стандартизації в Україні, включаючи вимоги до якості продукції, встановлення національних та міжнародних стандартів, акредитацію органів сертифікації та інші аспекти.

Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Переліку галузей промисловості, у яких діють особливості господарювання" – встановлює особливості діяльності у певних галузях промисловості, включаючи переробну промисловість, що можуть передбачати спеціальні умови, пільги або обмеження [68, с.134].

Це лише кілька прикладів нормативно-правових актів, які регулюють промислову галузь в Україні. Існують багато інших законів, постанов, наказів та розпоряджень, які стосуються різних аспектів діяльності підприємств переробної промисловості, включаючи фінансові, податкові, митні, екологічні та інші аспекти.

Від так, можемо зробити висновок про недостатній рівень урегульованості засад переробної галузі. Від такого аналізу можна зробити висновок, що переробна галузь в Україні стикається з недостатнім рівнем урегульованості засад своєї діяльності. Підприємства цієї галузі зобов'язані враховувати близько 200 нормативно-правових актів, що створює значну адміністративну та юридичну складність. Цей недостатній рівень урегульованості може мати негативні наслідки для розвитку та конкурентоспроможності галузі. Завантаженість багатьма

нормативними актами може ускладнити ділові процеси та збільшити адміністративні витрати підприємств. Відсутність чітких та стабільних правил гри може створювати невизначеність та ризики для бізнесу.

Е (Economical) – економічне середовище доречно розглядати у динаміці певних соціально-економічних показників, які відображають взаємодію зі споживачами та вплив на них. Використовуючи дані, опубліковані Державною службою статистики, відобразимо оцінку тенденцій розвитку галузі в табл.2.1 за допомогою динаміку індексів промислового виробництва.

Таблиця 2.1

Індекси промислової продукції підприємств переробної промисловості
(у % до попереднього року) [66]

Роки	2018	2019	2020	2021	2022	Відхилення 2022 р. до 2018 р.
Промисловість	96,8	95,7	109,8	99,1	65,4	-31,4
Переробна промисловість	95,3	91,7	104,5	97,8	55,3	-40,0

За наведеними даними про індекси промислової продукції підприємств переробної промисловості в порівнянні з попередніми роками, можна зробити наступні висновки:

Загальний індекс промислової продукції у 2022 році склав 65,4% від попереднього року, що свідчить про значний спад виробництва промислової продукції порівняно з 2021 роком. Загальне відхилення індексу промислової продукції у 2022 році від 2018 року становить -31,4%.

У переробній промисловості також спостерігається відносний спад виробництва. Індекс промислової продукції підприємств переробної промисловості у 2022 році становить лише 55,3% від попереднього року, що свідчить про значний звуження виробництва у порівнянні з 2021 роком. Загальне відхилення індексу промислової продукції у 2022 році від 2018 року складає -40,0%.

Таким чином, як для загальної промисловості, так і для переробної промисловості, показники виробництва в 2022 році зазнали значного зниження порівняно з 2018 роком. Це може бути наслідком різних економічних, соціальних чи інших факторів, що впливають на галузі. Зростання індексів у 2020 році для обох галузей свідчить про певне відновлення виробництва, але згодом відбувся спад в 2021-2022 роках.

Проведемо далі дослідження показників майнових ресурсів підприємств переробної промисловості, табл.2.2.

Таблиця 2.2

Показники майнових ресурсів підприємств переробної промисловості [16]

Показники	Роки					Відхилення 2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Вартість активів, млн. грн.	230451,7	276542,0	207406,5	226073,1	151469,0	-78982,7	65,7
Основні засоби, млн. грн.:	138271,0	185283,2	147258,6	155990,5	92396,1	-45874,9	66,8
- залишкова вартість	96789,7	92641,6	66266,4	109193,3	36958,4	-59831,3	38,2
- знос	41481,3	92641,6	80992,2	46797,1	55437,6	13956,3	133,6
Оборотні активи, млн. грн.	216624,6	258013,7	192680,7	210474,1	128370,0	-88254,6	59,3

За наведеними в табл.2.2 даними про майнові ресурси підприємств переробної промисловості можна зробити наступні висновки.

Загальна вартість активів підприємств переробної промисловості в 2022 році склала 151 469,0 млн грн, що свідчить про зменшення на 78 982,7 млн грн або 34,3% порівняно з 2018 роком. Це зменшення вартості активів вказує на значний спад майнових ресурсів підприємств переробної промисловості протягом розглянутого періоду.

Вартість основних засобів у 2022 році склала 92 396,1 млн грн, що означає зменшення на 45 874,9 млн грн або 33,1% порівняно з 2018 роком. Значне зниження вартості основних засобів свідчить про скорочення обсягу майнових інвестицій у переробну промисловість.

Вартість оборотних активів у 2022 році склала 128 370,0 млн грн, що означає зменшення на 88 254,6 млн грн або 40,7% порівняно з 2018 роком. Зменшення вартості оборотних активів вказує на зниження розміру запасів, грошових коштів та інших активів у підприємствах переробної промисловості.

Отже, аналіз майнових ресурсів підприємств переробної промисловості показує загальне зменшення вартості активів, основних засобів та оборотних активів протягом розглянутого періоду. Це може бути наслідком різних факторів, таких як економічні труднощі, низька інвестиційна активність чи зміни виробничої потужності. Загалом, таке зменшення майнових ресурсів свідчить про виклики та зміни, з якими стикається переробна промисловість.

Відобразимо ефективність переробної промисловості в табл.2.3

Таблиця 2.3

Фінансові результати та рентабельність переробних підприємств [16]

Показники	Роки					Відхилення 2022 р. до 2018 р.
	2018	2019	2020	2021	2022	+, -
Чистий фінансовий результат, млн. грн.						
Промисловість	109786,4	142722,3	114177,9	148431,2	66794,0	-42992,4
Переробна промисловість	65871,8	99905,6	57088,9	103901,8	20038,2	-45833,6
Питома вага збиткових підприємств, %						
Промисловість	5,4%	5,7%	11,9%	6,1%	24,6%	19,2%
Переробна промисловість	5,9%	8,6%	19,0%	7,9%	36,9%	31,0%
Рентабельність господарської діяльності, %						
Промисловість	42,3%	57,9%	17,8%	24,6%	11,6%	-30,7%
Переробна промисловість	38,7%	49,7%	20,1%	24,6%	13,7%	-25,0%

Загальний чистий фінансовий результат промисловості в 2022 році склав 66 794,0 млн грн, що свідчить про зниження на 42 992,4 млн грн або 39,1% порівняно з 2018 роком. У переробній промисловості чистий фінансовий результат в 2022 році становить 20 038,2 млн грн, що означає зниження на 45 833,6 млн грн або 69,6% порівняно з 2018 роком. Ці показники свідчать про значні проблеми з

фінансовими результатами у переробній промисловості, зокрема про зменшення прибутковості підприємств у цій галузі.

Питома вага збиткових підприємств у промисловості зросла з 5,4% в 2018 році до 24,6% в 2022 році, що є зростанням на 19,2%. У переробній промисловості питома вага збиткових підприємств зросла з 5,9% в 2018 році до 36,9% в 2022 році, що є зростанням на 31,0%. Це свідчить про зростання кількості підприємств, які працюють зі збитком, і може свідчити про проблеми з ефективністю та конкурентоспроможністю підприємств у переробній промисловості.

Рентабельність господарської діяльності промисловості знизилась. Ці показники свідчать про загальне зниження рентабельності підприємств у переробній промисловості, що може бути наслідком різних факторів, включаючи зростання витрат і зменшення доходів.

Отже, аналіз фінансових результатів та рентабельності переробних підприємств показує загальне зниження чистого фінансового результату, збільшення питомої ваги збиткових підприємств та зниження рентабельності господарської діяльності протягом розглянутого періоду. Це свідчить про проблеми та виклики, з якими стикаються підприємства у переробній промисловості з точки зору ефективності та прибутковості.

Проведемо далі аналіз показників зовнішньоекономічної діяльності галузі, табл.2.4.

Таблиця 2.4

Показники зовнішньоекономічної діяльності підприємств переробної промисловості [66]

Показники	Роки					Відхилення 2022 р. до 2018 р.	
	2018	2019	2020	2021	2022	+/-	%
Експорт, млн. грн.	175658,2	228355,7	182684,6	237489,9	106870,5	-68787,8	60,8
Імпорт, млн. грн.	111982,1	169839,6	97051,2	176633,1	34065,0	-77917,2	30,4
Сальдо ЗТО, млн. грн.	63676,1	58516,2	85633,4	60856,8	72805,5	9129,4	114,3

Промисловість	8765,1	9178,6	8954,3	7654,1	3214,5	-5550,6
Переробна промисловість	5259,1	4589,3	6268,0	5357,9	2250,2	-3008,9
Середньомісячна заробітна плата, грн.						
Промисловість	12,4	13,2	14,1	14,9	16,7	4,3
Переробна промисловість	12,9	13,7	14	14,3	15,8	2,9

За наведеними даними про трудові ресурси підприємств переробної промисловості можна зробити наступні висновки.

У переробній промисловості з 2018 по 2022 рік спостерігається загальне зменшення чисельності працівників на 3008,9 тисяч осіб. Це означає значний спад зайнятості в цій галузі протягом цього періоду. Загалом у промисловості, яка включає і переробну промисловість, чисельність працівників також знизилась, і в 2022 році становила 3214,5 тисяч осіб. Загальне відхилення чисельності працівників у 2022 році від 2018 року склало -5550,6 тисяч осіб.

У переробній промисловості з 2018 по 2022 рік спостерігається певне зростання середньомісячної заробітної плати. За цей період відбулося зростання на 2,9 грн. У загальній промисловості, включаючи переробну промисловість, середньомісячна заробітна плата також зросла, і в 2022 році склала 16,7 грн. Загальне відхилення середньомісячної заробітної плати у 2022 році від 2018 року становить 4,3 грн.

Отже, з даних видно, що переробна промисловість зазнала значних змін у трудових ресурсах протягом розглянутого періоду. Чисельність працівників значно скоротилась, але середньомісячна заробітна плата зросла. Ці зміни можуть бути пов'язані з різними факторами, такими як автоматизація процесів, економічна ситуація, зміни в попиті на продукцію тощо.

Також інші фактори соціального середовища мають значний вплив на переробну галузь, розглянемо їх більш детально далі.

Демографічні зміни в розмірі та структурі населення мають важливе значення для переробної галузі. Наприклад, збільшення чи скорочення населення може впливати на розмір споживчого ринку та попит на товари. Різноманітність

населення, також включаючи соціальні групи та культурні впливи, можуть мати вплив на вимоги щодо продукції та споживацькі звички.

Рівень життя та доходи населення впливають на споживання товарів переробної галузі. Вищі доходи можуть сприяти збільшенню попиту на продукцію вищої якості або інноваційні продукти, тоді як нижчі доходи можуть призводити до зміщення попиту на більш доступні товари.

Зростання усвідомленості про екологічні питання серед суспільства може мати вплив на переробну галузь. Споживачі все більше вимагають продукти, які є екологічно чистими, стійкими та виробленими з використанням екологічно відповідальних практик. Це може стимулювати підприємства до впровадження більш екологічної виробничої практики.

Доступність кваліфікованих працівників та кадрів впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємств переробної галузі. Наявність освіченої робочої сили та здатність залучати талановитих фахівців стають ключовими факторами для інноваційного розвитку та підвищення продуктивності [27].

Соціальні настрої, модні тенденції та споживчі звички можуть впливати на попит та пріоритети споживачів. Наприклад, збільшення популярності здорового способу життя може спонукати попит на органічну або здорову харчову продукцію.

Наведені фактори соціального середовища потрібно враховувати при розробці стратегій розвитку та маркетингових підходів в переробній галузі. Успішні підприємства враховують ці характеристики для адаптації до змін у соціальному середовищі та задоволення потреб споживачів. Дослідження та моніторинг соціальних тенденцій допомагають розуміти зміни в споживацькому попиті та пристосувати продукцію до вимог ринку. Крім того, соціальна відповідальність стає все більш важливою для підприємств переробної галузі. Забезпечення екологічності виробництва, дотримання прав працівників, участь у соціальних програмах та сприяння розвитку місцевих спільнот стають ключовими аспектами успішної діяльності [33, с.93].

Отже, розуміння та врахування факторів соціального середовища дозволяють підприємствам переробної галузі пристосовуватися до змін у споживацькому попиті, створювати продукцію, яка відповідає вимогам та потребам суспільства, та дотримуватись принципів соціальної відповідальності.

Т (Technological) – до факторів технологічного середовища відносяться інновації в сфері техніки та технологій [13, с.27]. Інновації в сфері техніки та технологій можуть створювати нові можливості та перетворювати спосіб виробництва, якість продукції та ефективність підприємств. Розглянемо основні характеристики технологічного середовища та їх вплив на переробну галузь далі.

Впровадження нових технологій, таких як автоматизація, роботизація, Інтернет речей (IoT) та штучний інтелект (AI), може покращити ефективність виробництва, знизити витрати, підвищити якість продукції та збільшити конкурентоспроможність підприємств переробної галузі. Розробка нових продуктів, матеріалів і компонентів може відкривати нові ринки та створювати конкурентні переваги для підприємств. Наприклад, використання біорозкладних матеріалів або впровадження нових технологій у виробництві харчових продуктів може задовольнити попит на екологічно чисту продукцію.

Інновації в техніці та технологіях є важливими для розвитку та конкурентоспроможності переробної галузі. Підприємства, які успішно впроваджують нові технології та інновації, можуть мати перевагу на ринку та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

Проведемо далі оцінку розглянутих факторів впливу на переробну галузь в Україні за допомогою матриці PEST-аналізу, табл.2.6.

Таблиця 2.6

PEST-аналіз підприємств переробної промисловості [складено автором]

Політичні	Оцінка +/-	Економічні	Оцінка +/-
1. Законодавство про охорону навколишнього середовища та екологічні стандарти	+3	1. Економічний зріст та показники ВВП	+3
2. Тарифна політика та торговельні угоди	-3	2. Інфляція та обмеження валютного обігу	-3
3. Регулювання в сфері праці	+2	3. Доступ до фінансування та	+3

та заробітної плати		кредитних ресурсів	
Соціальні	Оцінка +/-	Технологічні	Оцінка +/-
1. Демографічні зміни та споживацькі преференції	+2	1. Впровадження автоматизованих систем та роботизація виробництва	+3
2. Зміна соціокультурних тенденцій та споживацького поведінки	+1	2. Розвиток цифрових технологій та Інтернету речей (IoT)	+3
3. Вплив медіа та соціальних рухів	+3	3. Використання нових матеріалів та інноваційних технологій	+3

Загалом, PEST-аналіз підприємств переробної промисловості показує, що галузь залежить від багатьох факторів. Політичне та економічне середовище може бути викликом, однак соціальні та технологічні фактори створюють можливості для розвитку та покращення продуктивності підприємств. Врахування цих факторів допоможе підприємствам переробної галузі приймати стратегічні рішення та адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Узагальнено проведений PEST-аналіз на рис.2.1.

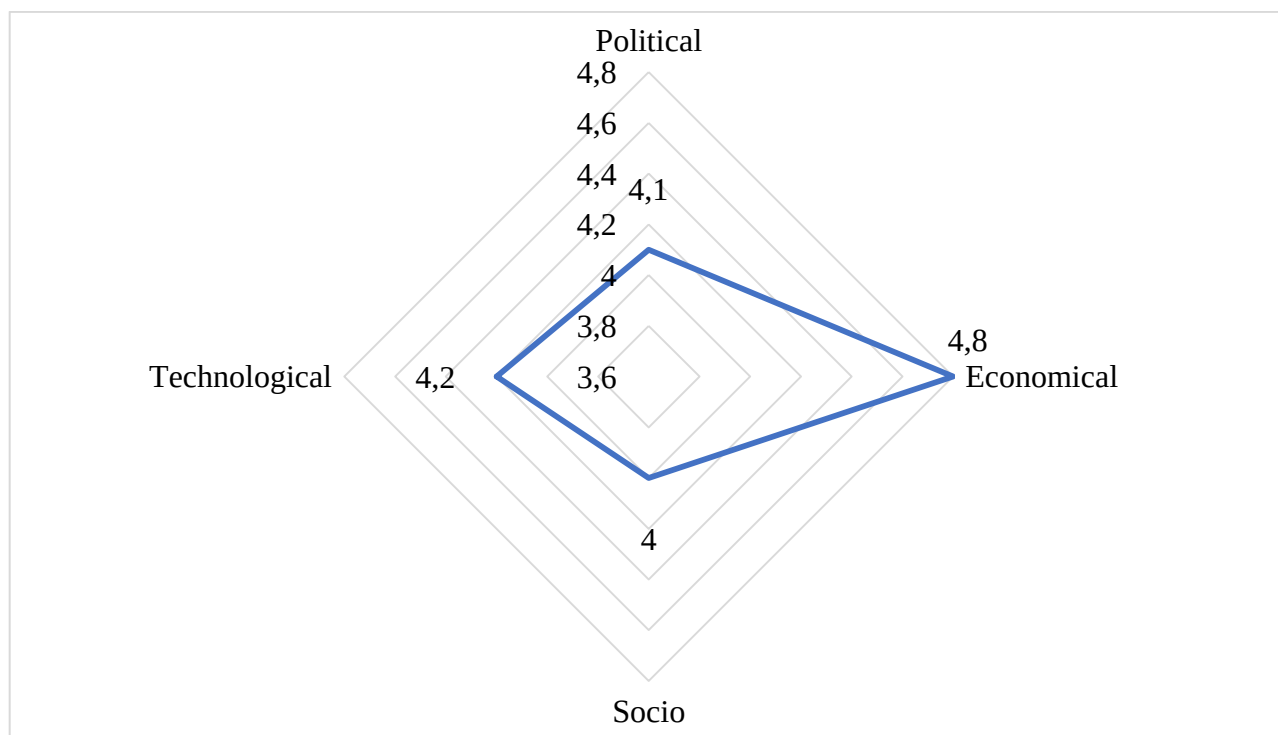


Рис.2.1. Матриця PEST-аналізу неопосередкованого впливу на переробну галузь [складено автором]

Отже, згідно рис.2.1, найбільший вплив на переробну галузь спостерігається зі сторони економічних факторів, особливо в нинішніх умовах воєнного стану. Це пов'язано як із платоспроможністю населення, так і з обсягом товарообороту виробників. Також важливе місце займає і технологічний фактор, оскільки якість продукції – основний критерій споживача у виборі.

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що в цілому, стан переробної галузі в Україні має свої позитивні та негативні аспекти. На успіх галузі значний вплив мають політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. Для розвитку галузі необхідно зосередитися на створенні сприятливого політико-правового середовища, сприяти економічному зростанню, реагувати на соціокультурні зміни та інвестувати в технологічний розвиток. Зростання населення, зміни в споживацьких звичках та постійна потреба в нових продуктах стимулюють інновації у переробній промисловості. Компанії постійно шукають нові способи виробництва, поліпшення продуктів та забезпечення сталого розвитку. Впровадження нових матеріалів, процесів та досліджень є важливими чинниками, які сприяють розвитку галузі. Однак переробна промисловість також стикається з викликами. До них відносяться коливання вартості сировини, строгі екологічні вимоги, регулювання у сфері безпеки праці та інші. Компанії повинні бути готовими адаптуватися до змін, шукати нові ринки та інвестувати у дослідження та розвиток, щоб залишатися конкурентоспроможними в глобальному ринковому середовищі.

2.2. Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ «ВТП «Бутон»

Діагностика фінансово-економічного стану ТОВ "ВТП "Бутон" є необхідною з метою оцінки фінансової стабільності, прибутковості та загальної ефективності підприємства. Вона допомагає виявити потенційні проблеми та ризики, а також визначити можливості для подальшого розвитку. Проведення діагностики фінансово-економічного стану дозволить отримати об'єктивну картину фінансового здоров'я ТОВ "ВТП "Бутон". Це включає аналіз фінансових

звітів, включаючи баланс, звіт про прибутки і збитки, звіт про готівку, а також оцінку фінансових показників та співвідношень.

Проведення діагностики фінансово-економічного стану ТОВ "ВТП "Бутон" є необхідним кроком для забезпечення ефективного управління та прийняття обґрунтованих рішень. Вона допоможе виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також надасть базу для розробки стратегії розвитку та планування майбутніх дій.

Використовуючи звітність, наведену в Додатках Б-Г, відобразимо в табл.2.7 основні економічні показники діяльності підприємства за 3 роки.

Таблиця 2.7

Основні економічні показники діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон"

№	Показник	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
		2020	2021	2022	+/-	%
1	Чистий дохід, тис. грн.	16 407,00	18 127,30	11 151,40	-5 255,60	67,97
2	Валовий прибуток, тис. грн.	1 999,90	249,10	1 575,70	-424,20	78,79
3	Чистий прибуток, тис. грн.	914,6	-1022,1	29,5	-885,10	3,23
4	Середньорічна вартість активів, тис. грн.	7112,6	8013,85	7475	362,40	105,10
5	Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн.	6310,95	7239,45	6910,2	599,25	109,50
6	Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн.	801,65	774,4	924,3	122,65	115,30
7	Середньооблікова чисельність працівників, осіб	19	31	30	11,00	157,89
8	Фондовіддача	2,31	2,26	1,49	-0,81	64,67
9	Фондомісткість	0,43	0,44	0,67	0,24	154,63
10	Фондоозброєність, тис. грн /ос.	374,35	258,51	249,17	-125,18	66,56
11	Продуктивність праці, тис. грн. /ос.	863,53	584,75	371,71	-491,81	43,05
12	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	20,47	23,41	12,06	-8,40	58,95

Аналізуючи основні економічні показники діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за роки 2020-2022, можна зробити наступні висновки.

Чистий дохід підприємства зменшився з 16 407,00 тис. грн. у 2020 році до 11 151,40 тис. грн. у 2022 році. Відхилення складає -5 255,60 тис. грн., що становить 67,97%. Це свідчить про зниження обсягу реалізації продукції підприємства.

Валовий прибуток також відносно зменшився з 1 999,90 тис. грн. у 2020 році до 1 575,70 тис. грн. у 2022 році. Відхилення становить -424,20 тис. грн., що складає 78,79%. Це свідчить про зниження прибутковості виробництва.

Чистий прибуток підприємства також зменшився з 914,6 тис. грн. у 2020 році до 29,5 тис. грн. у 2022 році. Відхилення складає -885,10 тис. грн., що становить 3,23%. Це свідчить про зниження прибутковості підприємства.

Середньорічна вартість активів зросла з 7112,6 тис. грн. у 2020 році до 7475 тис. грн. у 2022 році. Відхилення становить 362,40 тис. грн., що складає 105,10%. Це свідчить про зростання загальної вартості активів підприємства.

Графічна інтерпретація результатів дослідження відображена на рис.2.2.

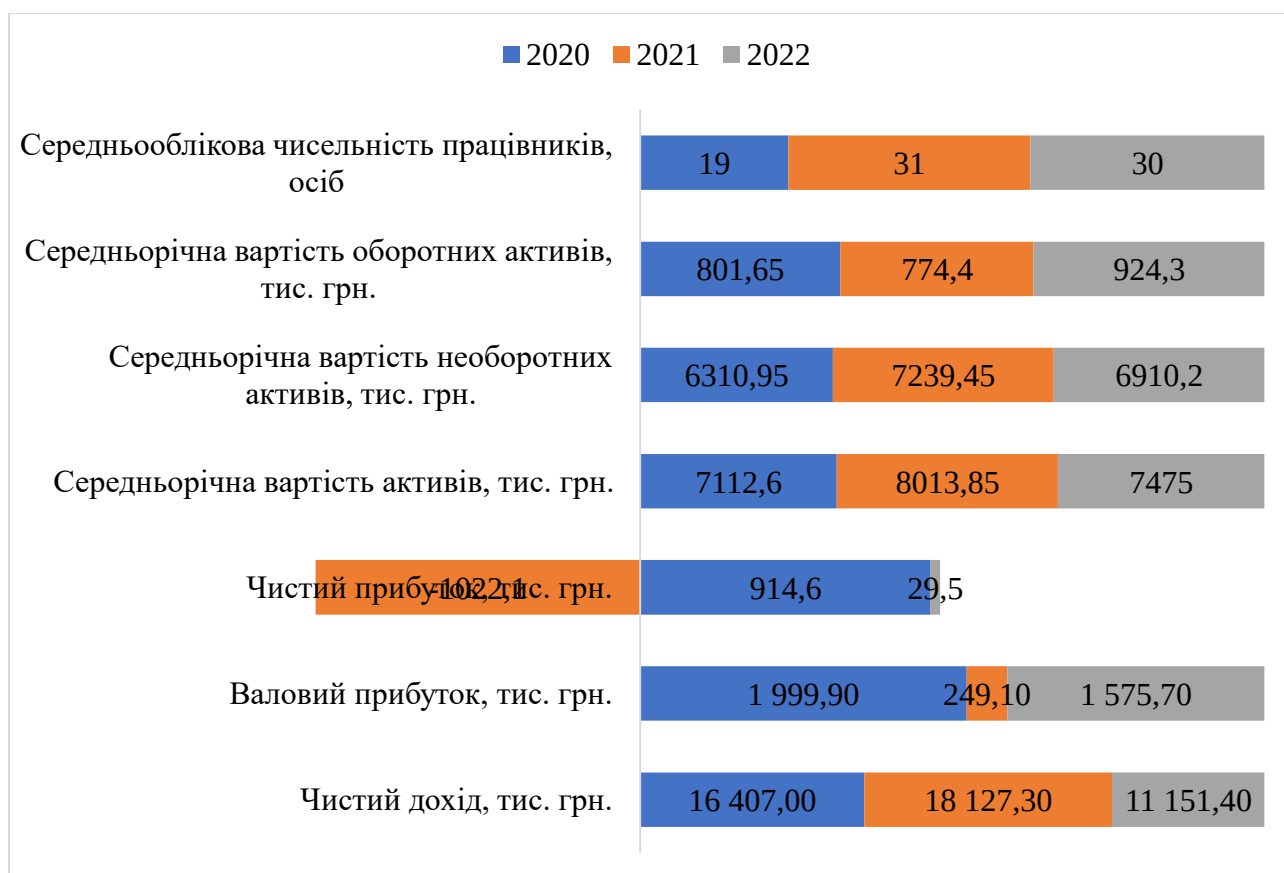


Рис.2.2. Структура динаміки основних економічних показників ТОВ "ВТП "Бутон" за 2020-2022 роки

Фондовіддача зменшилася з 2,31 у 2020 році до 1,49 у 2022 році. Відхилення складає -0,81, що становить 64,67%. Це свідчить про зниження ефективності використання активів для забезпечення виручки.

Продуктивність праці також відносно знизилася з 863,53 тис. грн./ос. у 2020 році до 371,71 тис. грн./ос. у 2022 році. Відхилення складає -491,81 тис. грн., що становить 43,05%. Це свідчить про зменшення продуктивності праці на підприємстві.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів знизився з 20,47 у 2020 році до 12,06 у 2022 році. Відхилення складає -8,40, що становить 58,95%. Це свідчить про зменшення ефективності використання оборотних активів.

Загальний висновок полягає в тому, що підприємство ТОВ "ВТП "Бутон" зіткнулося зі зниженням доходів, прибутку, продуктивності праці та ефективності використання активів протягом розглянутого періоду. Це може вказувати на проблеми в управлінні, конкурентному середовищі, негативний вплив воєнних дій на території України, наслідки пандемії або інших факторів, які необхідно вивчити детальніше для розробки стратегії відновлення та покращення фінансово-економічного стану підприємства.

Проведемо далі дослідження майна підприємства та джерел його формування, як одного із чинників стабільності фінансово-економічного стану, табл.2.8.

Таблиця 2.8

Характеристика майна підприємства та джерел його формування за балансом
ТОВ "ВТП "Бутон" за 2020-2022 роки

Показники	На 31.12.2020		На 31.12.2021		На 31.12.2022		Відхилення 2022 р. до 2020 р.		
	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%	+/-	%	п.с.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
АКТИВИ									
1. Необоротні активи:	7568,70	90,60	6 910,20	90,05	6 910,20	94,97	-658,50	91,30	4,37
В т.ч. основні засоби	7568,70	90,60	6 910,20	90,05	6 191,20	85,09	-1377,50	81,80	-5,51

2. Оборотні активи	785,4	9,40	763,4	9,95	1085,2	14,91	299,80	138,17	5,51
в т.ч. запаси	183,5	2,20	248,6	3,24	373	5,13	189,50	203,27	2,93
дебіторська заборгованість	369,2	4,42	366,9	4,78	428,8	5,89	59,60	116,14	1,47
Грошові кошти	149,2	1,79	23,5	0,31	164,8	2,26	15,60	110,46	0,48

Продовження табл.2.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПАСИВИ									
1. Власний капітал	4239,00	50,74	3 156,90	41,14	3 158,30	43,40	-1 080,70	74,51	-7,34
в т.ч. зареєстрований капітал	48,5	0,58	48,5	0,63	48,5	0,67	0,00	100,0	0,09
нерозподілений прибуток	4 190,50	50,16	3 108,40	40,51	3 109,80	42,74	-1 080,70	74,21	-7,42
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	2 242,60	26,84	1 848,80	24,09	1 694,40	23,29	-548,20	75,56	-3,56
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	1 872,50	22,41	2 667,90	34,77	2 423,70	33,31	551,20	129,44	10,89
БАЛАНС:	8 354,10	100,0	7 673,60	100,0	7 276,40	100,0	-1 077,7	87,10	0,00

Відобразимо графічну інтерпретацію активів підприємства на рис.2.3.

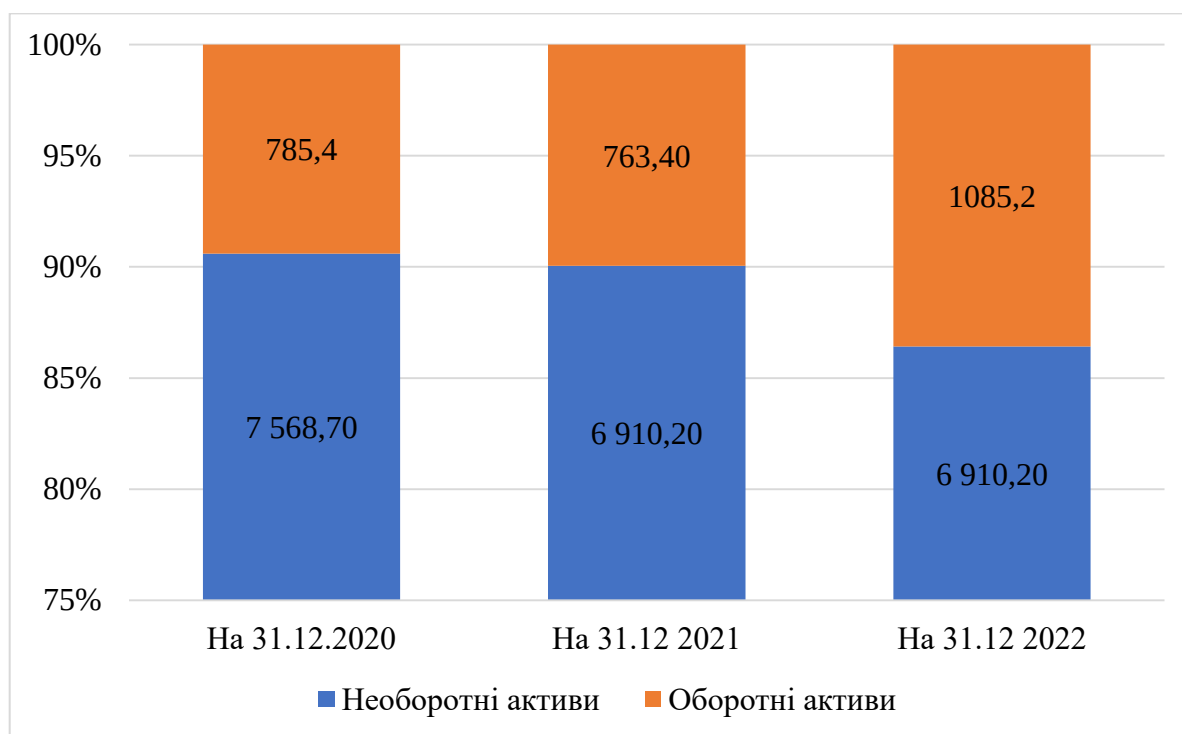


Рис.2.3 Структура активів підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за 2020-2022 роки, тис.грн

Отже, загальна вартість необоротних активів зменшилася з 7 568,70 тис. грн. у 2020 році до 6 910,20 тис. грн. у 2021 році, а потім збільшилася до 6 910,20 тис. грн. у 2022 році. Відхилення від 2020 року складає -658,50 тис. грн., або

4,37%. Це може свідчити про зміни у структурі та оцінці необоротних активів підприємства.

Загальна вартість оборотних активів збільшилася з 785,4 тис. грн. у 2020 році до 763,4 тис. грн. у 2021 році, а потім значно зросла до 1 085,2 тис. грн. у 2022 році. Відхилення від 2020 року становить 299,80 тис. грн., або 38,17%. Це може свідчити про зростання запасів, дебіторської заборгованості та наявності грошових коштів на підприємстві.

Вцілому структура активів є важкою оскільки переважають необоротні активи (понад 90%) над оборотними або ж мобільними ресурсами підприємства. Значне переважання необоротних активів може обмежити ліквідність підприємства та його здатність швидко реагувати на зміни ринкових умов. Недостатній рівень оборотних активів може призводити до затримки платежів, скорочення ланцюга постачання та втрати бізнес-можливостей.

Відобразимо графічну інтерпретацію пасивів підприємства на рис.2.4.

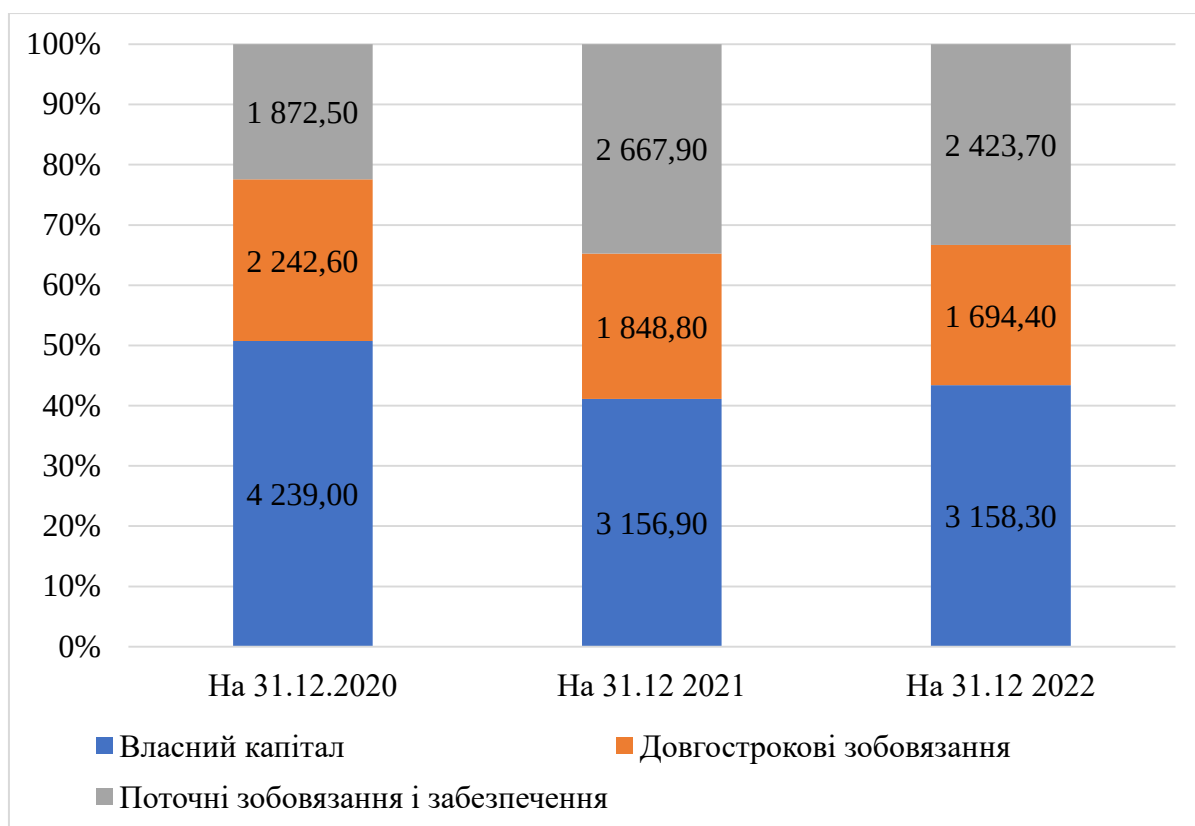


Рис.2.4 Структура пасивів підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за 2020-2022 роки, тис.грн

Загальна вартість власного капіталу зменшилася з 4 239,00 тис. грн. у 2020 році до 3 156,90 тис. грн. у 2021 році, але відновилися до 3 158,30 тис. грн. у 2022 році. Відхилення від 2020 року становить -1 080,70 тис. грн., або 74,51%. Це може свідчити про зміни в структурі власного капіталу, включаючи зареєстрований капітал та нерозподілений прибуток.

Загальна вартість довгострокових зобов'язань зменшилася з 2 242,60 тис. грн. у 2020 році до 1 848,80 тис. грн. у 2021 році, але знову зросла до 1 694,40 тис. грн. у 2022 році. Відхилення від 2020 року складає -548,20 тис. грн., або 75,56%. Це може вказувати на зміни у структурі та управлінні довгостроковими зобов'язаннями підприємства.

Загальна вартість поточних зобов'язань збільшилася з 1 872,50 тис. грн. у 2020 році до 2 667,90 тис. грн. у 2021 році, але знову зменшилася до 2 423,70 тис. грн. у 2022 році. Відхилення від 2020 року становить 551,20 тис. грн., або 29,44%. Це може вказувати на зміни в структурі та управлінні поточними зобов'язаннями підприємства.

Загальний висновок полягає в тому, що підприємство ТОВ "ВТП "Бутон" виявляє деякі зміни в структурі та розподілі майна за різними показниками. Зокрема, відбулися зміни у структурі необоротних та оборотних активів, власного капіталу та зобов'язань. Варто ретельно аналізувати ці зміни, оскільки вони можуть впливати на фінансово-економічний стан підприємства і вимагати додаткових заходів управління ресурсами та фінансовою стратегією.

Аналіз механізму формування фінансових результатів діяльності підприємства є необхідним для розуміння ефективності його фінансової діяльності та виявлення факторів, які впливають на його прибутковість. Відобразимо в табл.2.9 структуру формування чистого прибутку (збитку) підприємства.

Отже, наведений в табл.2.9 аналіз механізму формування фінансових результатів діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" показує наступне. Чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 5 255,6 тис. грн. або 32,03% у 2022

році порівняно з 2020 роком. Це свідчить про зниження обсягу реалізованої продукції та послуг.

Таблиця 2.9

Показники формування фінансових результатів діяльності підприємства ТОВ
"ВТП "Бутон" за 2020-2022 роки

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+,-	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	16 407,00	18 127,30	11 151,40	-5 255,60	67,97
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	14 407,10	17 878,20	9 575,70	-4 831,40	66,47
Валовий: прибуток (збиток)	1 999,90	249,10	1 575,70	-424,20	78,79
Інші операційні доходи	1 025,40	1 772,10	85,20	-940,20	8,31
Інші операційні витрати	1 823,40	2 896,70	1 500,10	-323,30	82,27
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	1 201,90	-875,50	160,80	-1 041,10	13,38
Інші витрати	127,8	203	131,3	3,50	102,74
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	1 115,40	-1 022,10	29,50	-1 085,90	2,64
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	914,60	-1 022,10	29,50	-885,10	3,23

Собівартість реалізованої продукції також зменшилася на 4 831,4 тис. грн. або 33,58% у 2022 році порівняно з 2020 роком. Це може бути наслідком зниження виробничих витрат або ефективнішого управління витратами.

Валовий прибуток скоротився на 424,2 тис. грн. або 21,21% у 2022 році порівняно з 2020 роком. Це вказує на загальне зниження рентабельності діяльності підприємства.

Фінансовий результат від операційної діяльності також показує зменшення, з втрати в 2021 році до невеликого прибутку в 2022 році. Це може бути результатом змін у витратній структурі та ефективності управління операційними ризиками.

Чистий фінансовий результат підприємства також показує втрати в 2021 році та незначний прибуток у 2022 році. Це вказує на те, що підприємство зазнало

фінансових труднощів і потребує додаткових заходів для покращення фінансової стійкості.

Загалом, аналіз механізму формування фінансових результатів підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" вказує на потребу удосконалення управління витратами, підвищення рентабельності та збільшення обсягу реалізації продукції. Підприємство може вивчати можливості зменшення витрат, покращення ефективності виробництва та пошук нових ринків збуту для поліпшення свого фінансового стану.

Важливою складовою діагностики є аналіз ліквідності, рентабельності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства. Відобразимо показники в табл.2.10.

Таблиця 2.10

Динаміка показників оцінки фінансового стану підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за 2020-2022 роки

Показники	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, -	%
1. Коефіцієнт загальної ліквідності	0,42	0,29	0,45	0,03	106,75
2. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,08	0,01	0,07	-0,01	85,34
3. Чистий оборотний капітал	-1087,10	-1904,50	-1338,50	-251,40	123,13
4. Коефіцієнт автономії	0,51	0,41	0,43	-0,07	85,54
5. Коефіцієнт фінансової стабільності	0,78	0,65	0,67	-0,11	85,96
6. Коефіцієнт забезпеченості власними засобами	1,03	0,70	0,77	-0,26	74,45
7. Коефіцієнт оборотності активів	2,31	2,26	1,49	-0,81	64,67
8. Коефіцієнт оборотності власного капіталу	4,23	4,90	3,53	-0,70	83,55
9. Рентабельність господарської діяльності, %	5,57	-5,64	0,26	-5,31	4,75
10. Рентабельність власного капіталу, %	21,58	-32,38	0,93	-20,64	4,33
11. Рентабельність продукції, %	6,35	-5,72	0,31	-6,04	4,85

Згідно табл.2.10, можна зробити висновок, що коефіцієнт загальної ліквідності збільшився на 6,75%, що свідчить про покращення здатності підприємства задовольняти свої поточні зобов'язання.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності знизився на 14,66%, що може вказувати на скорочення грошових коштів та короткострокових фінансових інвестицій.

Чистий оборотний капітал зменшився на 123,13%, що свідчить про зниження рівня оборотності активів та можливі проблеми зі забезпеченням поточних зобов'язань.

Коефіцієнт автономії зменшився на 14,46%, що може вказувати на залежність підприємства від зовнішнього фінансування.

Коефіцієнт фінансової стабільності зменшився на 14,04%, що вказує на зменшення стійкості підприємства до фінансових ризиків.

Коефіцієнт забезпеченості власними засобами зменшився на 25,55%, що може вказувати на зменшення власного капіталу та збільшення залежності від зовнішнього фінансування.

Коефіцієнт оборотності активів зменшився на 35,33%, що свідчить про зменшення ефективності використання активів підприємства.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу зменшився на 16,45%, що може вказувати на зменшення ефективності використання власного капіталу.

Рентабельність господарської діяльності зросла на 4,75%, що свідчить про покращення ефективності ведення бізнесу підприємства.

Рентабельність власного капіталу зросла на 4,33%, що може свідчити про покращення використання власних засобів підприємства.

Рентабельність продукції зросла на 4,85%, що може свідчити про покращення ефективності виробництва та реалізації продукції.

Загалом, фінансовий стан підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за розглянутий період показує суміш покращень і погіршень в різних показниках. Варто звернути увагу на проблеми зі зменшенням оборотності активів, залежністю від зовнішнього фінансування та потребу у покращенні ефективності використання ресурсів.

На основі проведеного аналізу фінансово-економічного стану ТОВ "ВТП "Бутон" за період з 2020 по 2022 роки можна зробити наступні висновки. Підприємство стикається зі значними викликами та змінами у фінансових показниках протягом розглянутого періоду. Показники загальної ліквідності та абсолютної ліквідності відображають недостатню готовність підприємства до сплати поточних зобов'язань та низький рівень наявності грошових коштів. Відсутність достатнього чистого оборотного капіталу свідчить про нездатність підприємства ефективно використовувати активи для генерації прибутку. Загалом, фінансово-економічний стан ТОВ "ВТП "Бутон" є вразливим і потребує уваги та вжиття заходів для поліпшення фінансової стабільності, ефективного використання ресурсів та забезпечення прибутковості діяльності підприємства. Необхідно розглядати можливості залучення додаткового капіталу, управляти оборотним та необоротним капіталом, а також зосередитися на оптимізації виробничих процесів та збільшенні прибутковості продукції.

2.3. Оцінка рівня використання інтернет-технологій в діяльності підприємства

Інтернет-технології відіграють важливу роль в діяльності малого підприємства, надаючи йому можливість зростати, конкурувати на ринку і ефективно взаємодіяти зі своїми клієнтами і партнерами. Вони дозволяють малому підприємству налагодити присутність в Інтернеті, створити веб-сайт, використовувати соціальні медіа, електронну комерцію та інші інструменти, які полегшують спілкування та здійснення операцій.

Один з основних аспектів використання інтернет-технологій полягає в залученні нових клієнтів. Малі підприємства можуть використовувати соціальні медіа та інтернет-маркетинг для просування своїх продуктів та послуг, залучення уваги потенційних клієнтів і збільшення своєї бази клієнтів. Рекламні кампанії,

електронні розсилки та соціальні медіа дозволяють малим підприємствам знайти свою цільову аудиторію, спілкуватися з нею і підтримувати взаємовідносини.

Загальне керівництво питаннями використання інтернет-технологій покладено безпосередньо на директора підприємства ТОВ "ВТП "Бутон". Реалізація інтернет-технологій спрямовано на постійний пошук нових ринків і споживачів, нових видів рекламних послуг або сфер застосування з метою принесення компанії найбільшого прибутку. Така діяльність сприяє аналізу попиту, ризику непопиту та конкурентоспроможності продукції, а також вивченню ринку її збуту та цінової політики. Відобразимо на рис.2.5 процес організації та реалізації інтернет-технологій в діяльності ТОВ "ВТП "Бутон".

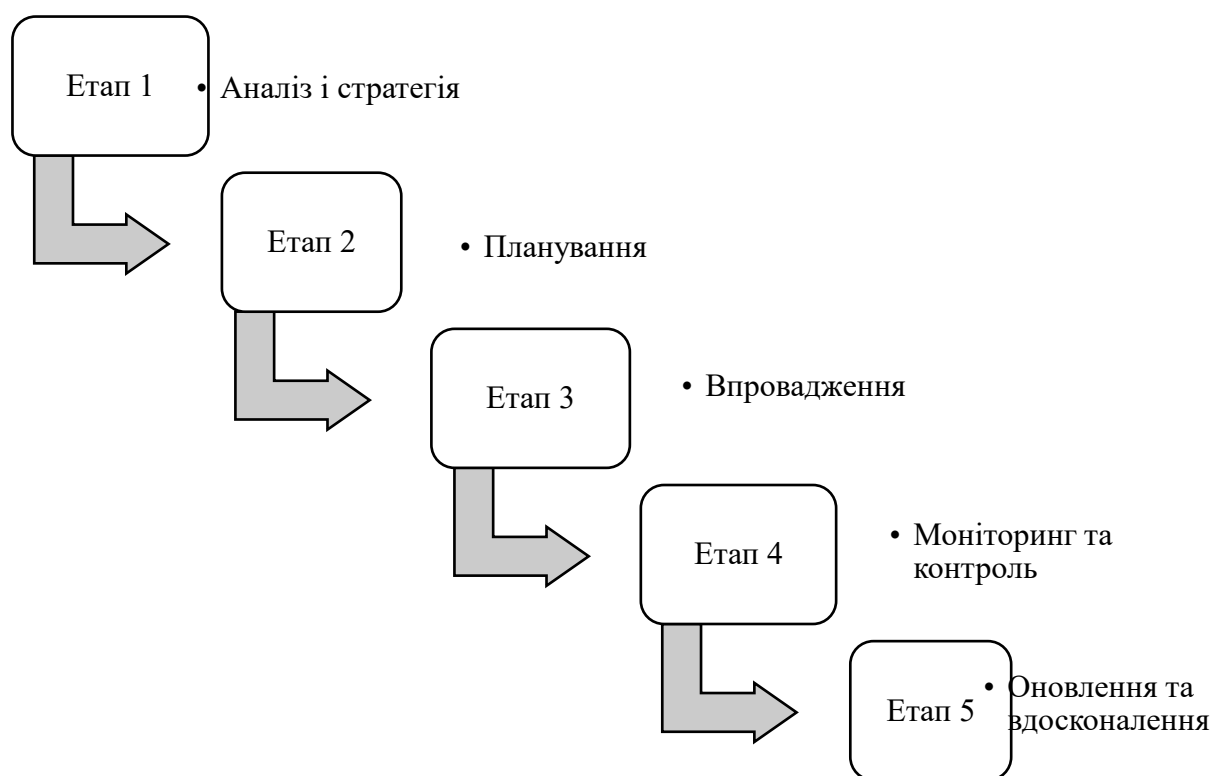


Рис.2.5. Етапи процесу управління використанням інтернет-технологій в діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" [52]

Проаналізуємо етапи наведеного процесу на рис.2.5 більш детально.

Впровадження інструментів цифрового маркетингу ТОВ «ВТП «Бутон» починається із відповіді на питання: «Навіщо все це потрібно, який позитивний

ефект це дасть?». Наприклад, підприємство після 2018 р (з моменту зміни напрямку його діяльності (із КВЕД 27.33 Виробництво електромонтажних пристроїв на КВЕД 27.12 Виробництво електророзподільчої та контрольної апаратури) отримувало прибуток відповідно до встановленого плану. Про те світова пандемія призвела до зниження обсягів товарообороту, що призвело до потреби у привертанні уваги споживачів та використання при цьому саме інструментів інтернет-технологій. Тож перший етап полягає в оцінці поточного стану використання інтернет-технологій в підприємстві ТОВ "ВТП "Бутон", виявленні можливостей та визначенні стратегії розвитку. Це включає вивчення конкурентного середовища, аналіз потреб клієнтів та визначення цілей використання інтернет-технологій.

Директор як відповідальний за використання інтернет-технологій, проводив власними силами аналіз ринку та стану середовища функціонування. Для цього використовувались безкоштовні інструменти аналізу такі як Google Analytics, Session Replay Software, Plerdy E-commerce Sales Performance тощо. Після цього, директор оцінював потребу у реалізації заходів та витрати на них. А також наявність ресурсів для впровадження інструментів цифрового маркетингу.

Від так, основні інструменти інтернет-технологій в діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" відображено на рис.2.6.

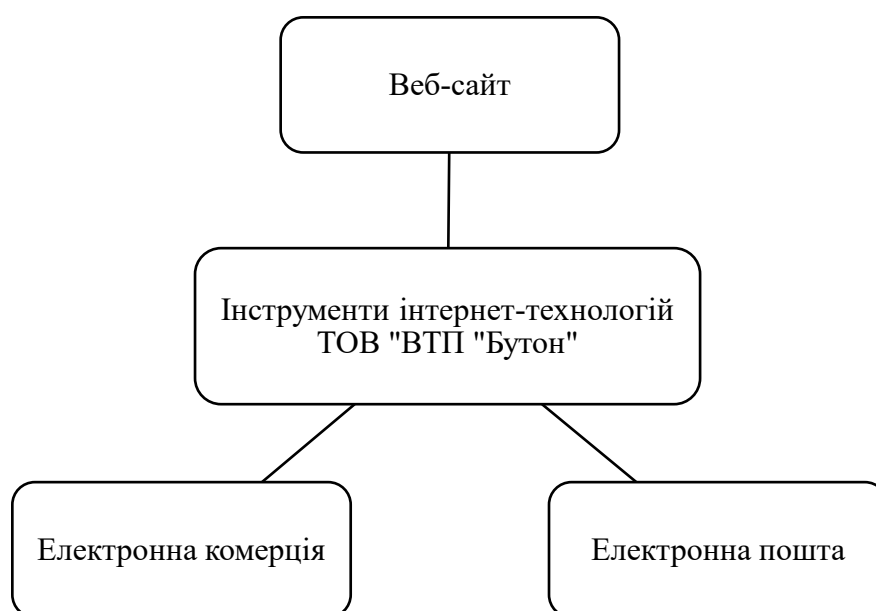


Рис.2.6. Інструменти інтернет-технологій ТОВ "ВТП "Бутон" [52]

Наведемо характеристику інструментів на рис.2.6 більш детально далі.

У підприємства є веб-сайт, який включає інформацію про компанію, її послуги, контактні дані та інші релевантні деталі. Веб-сайт використовується як для презентації підприємства та привертання потенційних клієнтів, так і для здійснення тогівлі. Його домен має однойменну назву: <https://tovbuton.com.ua/>. На рис.2.7 відображено зовнішній вигляд.



Рис.2.7. Зовнішній вигляд офіційного сайту ТОВ "ВТП "Бутон" [52]

На сайті присутні 7 основних блоків:

1. Блок "Прайс-лист" містить інформацію про ціни на продукцію або послуги, що надаються підприємством. В цьому блоку можуть бути перелічені різні категорії товарів або послуг, разом з їх вартістю або ціновими діапазонами. Це дозволяє відвідувачам сайту ознайомитися з вартістю і вибрати потрібний продукт або послугу.

2. Блок "Фотогалерея" містить зображення і фотографії продукції або послуг, які надаються підприємством. Це можуть бути фотографії виробів, виконаних робіт, процесу виробництва або приклади застосування продукції.

Фотогалерея допомагає показати якість і стиль продукції підприємства та зацікавити потенційних клієнтів.

3. Блок "Послуги лазерної різки" містить інформацію про послуги з лазерного різання, що надаються підприємством. В цьому блоку можуть бути описані можливості лазерної різки, типи матеріалів, які можна різати, та переваги цього процесу. Це дозволяє клієнтам ознайомитися з послугами і зробити відповідний вибір.

4. Блок "Послуги високоточної гнучки" містить інформацію про послуги з високоточної гнучки, що надаються підприємством. В цьому блоку можуть бути описані можливості високоточної гнучки, типи матеріалів, які можна гнути, та переваги цього процесу. Це дозволяє клієнтам ознайомитися з послугами і зробити відповідний вибір.

5. Блок "Контакти" містить контактну інформацію про підприємство, таку як адреса, номери телефонів, електронна пошта і можливо форма зворотного зв'язку. Це дозволяє відвідувачам сайту зв'язатися з представниками підприємства для отримання додаткової інформації або замовлення послуг.

6. Блок "Каталог" містить перелік продукції або послуг, які надаються підприємством, з детальними описами і можливістю сортування або фільтрації. Цей блок допомагає клієнтам швидко знайти необхідний продукт або послугу та ознайомитися з їх характеристиками.

Кожен з цих блоків сприяє забезпеченню доступності інформації, поліпшенню комунікації з клієнтами та зростанню можливостей для бізнесу малого підприємства, зокрема у сфері виробництва електророзподільчої та контрольної апаратури.

Наступним інструментом інтернет-технологій ТОВ "ВТП "Бутон" є електронна пошта. Підприємство використовує електронну пошту для комунікації з клієнтами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами. Це зручний спосіб обміну інформацією та проведення бізнес-операцій. Адреса електронної пошти: info@tovbuton.com.ua та tovbuton@ukr.net.

Електронна комерція. Оскільки підприємство займається продажем товарів, то можливість проведення електронної комерції дає змогу розширити аудиторію клієнтів та забезпечити зручний спосіб покупки через Інтернет. Вікно для формування запиту на сайті підприємства відображено на рис.2.8.

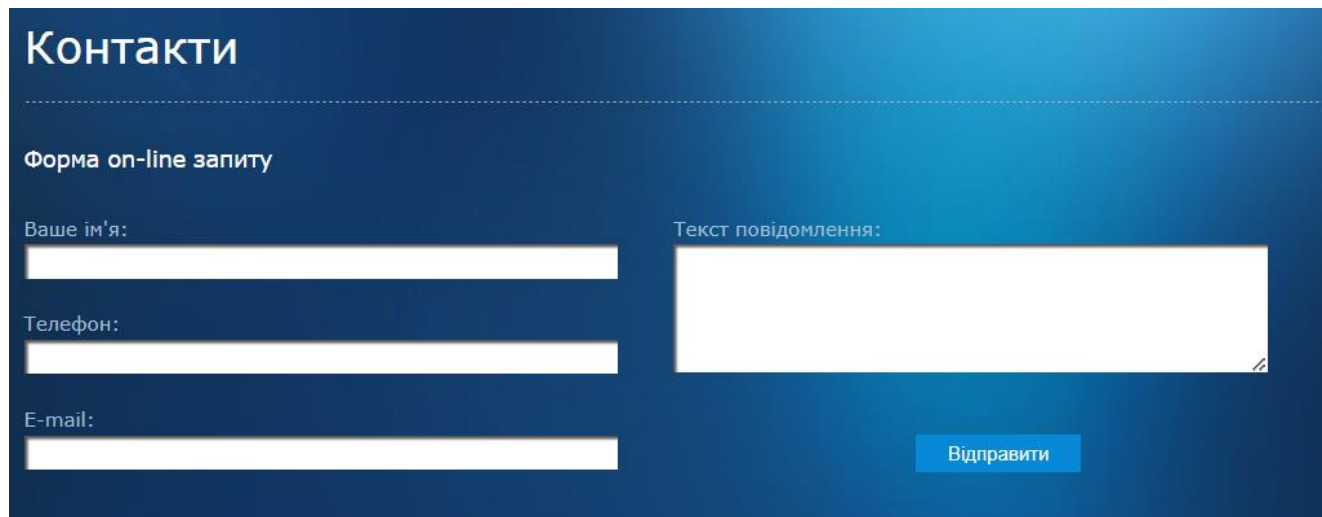
The image shows a web interface with a dark blue header and a lighter blue gradient background. At the top left, the word "Контакти" is written in white. Below it, the text "Форма on-line запиту" is displayed. The form consists of several input fields: "Ваше ім'я:" with a single-line text box, "Телефон:" with a single-line text box, and "E-mail:" with a single-line text box. To the right of these is a larger "Текст повідомлення:" area with a multi-line text box. A blue button with the text "Відправити" is positioned at the bottom right of the form area.

Рис.2.8. Вікно для формування запиту від споживача [52]

Отже, для оформлення замовлення споживач має вказати контактну інформацію та описати потребу у відповідному вікні на сайті ТОВ "ВТП "Бутон". На нашу думку такий засіб комунікацій на сьогодні є неефективним, оскільки вимагає багато часу та зусиль, щоб заповнити необхідну інформацію, а також може бути не зручною для користувачів, особливо для тих, хто переглядає сайт з мобільних пристроїв.

Якщо споживач використовує контактну форму або вікно опису потреби для зв'язку з підприємством, можуть виникати затримки у відповіді. Це може бути через недостатню швидкість відповіді з боку підприємства або через можливість затертя повідомлень серед багатьох інших запитів.

Контактна форма та вікно опису потреби можуть обмежувати можливості персоналізації комунікації між підприємством і споживачем. Вони можуть не надавати достатньо інформації про споживача, яка може бути важливою для забезпечення більш персоналізованої та ціленаправленої обробки замовлення.

На другому етапі розробляється план використання інтернет-технологій, включаючи розподіл ресурсів, визначення необхідних інвестицій, обрання відповідних інструментів та платформ. План реалізації заходів інтернет-технологій передбачає вибір інструментів, створення їхнього графіку, калькуляції та показників ефективності (збільшення товарообороту, збільшення клієнтопотоків, збільшення товарного чеку, тощо). Для реалізації сформованого плану, директора ТОВ «ВТП «Бутон» заключає договори про співпрацю, узгоджує умови надання послуг, при необхідно користується послугами дизайнерів для формування зовнішнього вигляду реклами.

Етап впровадження включає в себе виконання плану, розробку та налаштування, запуск маркетингових кампаній в інтернеті, налаштування систем управління та інші необхідні дії для запуску інтернет-технологій в діяльності підприємства. Після впровадження інтернет-технологій необхідно проводити постійний моніторинг та контроль їх ефективності. Це включає аналіз веб-аналітики, відстеження результатів маркетингових кампаній, збір фідбеку від клієнтів та регулярну оцінку результатів.

Обов'язковим у наведеному процесі є оцінка результатів, для цього підставляються витрати на заходи інтернет-технологій та зміна отриманого прибутку за певний період часу. Для аналізу ефективності інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон» проведемо дослідження рівня витрат, табл.2.11.

Таблиця 2.11

Бюджет на використання інструментів інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон» за 2020-2022 роки

Витрати на інструменти інтернет-технологій	Роки						Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020		2021		2022		+,-	%
	тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	%		
Підтримка функціонування веб-сайту	58,60	64,25	66,80	58,91	38,60	51,81	-20,00	65,87
Просування та маркетинг в Інтернеті	22,30	24,45	24,60	21,69	29,90	40,13	7,60	134,08
Заходи електронної	10,30	11,29	22,00	19,40	6,00	8,05	-4,30	58,25

комерції								
Витрати на аналітику								
Всього	91,20	100,00	113,40	100,00	74,50	100,00	-16,70	81,69

За період з 2020 по 2022 роки, ТОВ «ВТП «Бутон» скоротило свій бюджет на використання інструментів інтернет-технологій. Витрати на підтримку функціонування веб-сайту зросли з 58,60 тис. грн у 2020 році до 38,6 тис. грн у 2022 році. Це вказує на скорочення інвестицій у підтримку та розвиток веб-сайту компанії. Витрати на просування та маркетинг в Інтернеті зросли з 22,30 тис. грн у 2020 році до 29,90 тис. грн у 2022 році. Це свідчить про збільшення інвестицій у рекламні кампанії, пошукову оптимізацію та інші маркетингові заходи в Інтернеті. Витрати на заходи електронної комерції значно збільшилися з 10,30 тис. грн у 2020 році до 22,00 тис. грн у 2021 році, про те зазнали найбільшого скорочення в 2022 р. до рівня 6 тис.грн. Це свідчить про перемінну тенденцію інвестицій у розвиток електронної комерції, включаючи платформу для інтернет-магазину та інші засоби для зручного онлайн-продажу товарів.

В цілому, можна сказати, що ТОВ «ВТП «Бутон» зменшило свої витрати на інтернет-технології протягом цього аналізованого періоду. Скорочення витрат може бути результатом оптимізації витрат на підтримку функціонування веб-сайту, просування та маркетингу в Інтернеті та заходів електронної комерції. Це може свідчити про зниження ефективності використання інтернет-технологій та неефективне використання ресурсів для досягнення бізнес-цілей підприємства.

Проаналізуємо ефективність заходів та рівень досягнення поставлених цілей ТОВ «ВТП «Бутон», табл.2.12.

Таблиця 2.12

Аналіз ефективності заходів цифрового маркетингу

Показник	Роки			Відхилення 2022 р. до 2020 р.	
	2020	2021	2022	+, -	%
Чистий дохід тис.грн	16407,00	18127,30	11151,40	-5255,60	67,97
Чистий прибуток (збиток), тис.грн	914,60	-1022,10	29,50	-885,10	3,23
Витрати на інструменти інтернет-технологій	91,20	113,40	74,50	-16,70	81,69

Витратовіддача на інтернет технології	0,56	0,63	0,67	0,11	120,19
Рентабельність інтернет-технологій, %	9,97	-11,09	252,54	242,57	-

Отже, згідно проведених у табл.2.12 розрахунків, можна зробити висновок про недосягнення поставлених цілей інтернет-технологій в аспекті збільшення чистого доходу та покращення показників прибутковості, про що свідчить скорочення показника на 37%. Також варто відзначити негативний збитковий показник чистого прибутку у 2021 році, але в 2022 році підприємство змогло заробити невеликий чистий прибуток. У той же час, витрати на інструменти інтернет-технологій зменшилися в 2022 році на -16,70% порівняно з 2020 роком. Це свідчить про оптимізацію витрат компанією. Витратовіддача на інтернет-технології зросла з 0,56 в 2020 році до 0,67 в 2022 році, що свідчить про позитивну динаміку ефективності використання інтернет-технологій. Рентабельність інтернет-технологій суттєво покращилася в 2022 році, досягнувши значення 2532,62%. Це може бути результатом оптимізації витрат та зростання ефективності заходів цифрового маркетингу.

Узагальнюючи проведене дослідження стану організації використання інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон», можемо зробити висновок, що процес використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ "ВТП "Бутон" є важливим і має позитивний вплив на підприємство. Застосування інтернет-технологій дозволяє підприємству розширити аудиторію клієнтів, забезпечити зручний спосіб покупки через Інтернет, покращити комунікацію з клієнтами та збільшити ефективність маркетингових заходів. Аналіз ефективності заходів цифрового маркетингу показав позитивні результати, зокрема значне зростання рентабельності інтернет-технологій у 2022 році. Це свідчить про успішність застосування цифрових маркетингових стратегій та рекламних кампаній підприємства. Однак, для більш об'єктивного оцінювання ефективності, слід провести детальний аналіз і порівняти показники з іншими факторами. Структура витрат на інтернет-технології показує, що підприємство активно вкладає ресурси у підтримку функціонування веб-сайту, просування та маркетинг в Інтернеті, а

також заходи електронної комерції. Зменшення витрат на інтернет-технології у 2022 році може бути пов'язане з оптимізацією витрат і підвищенням ефективності використання ресурсів.

У цілому, використання інтернет-технологій сприяє розширенню клієнтської бази, покращує комунікацію з клієнтами і забезпечує зручність покупок через Інтернет. ТОВ "ВТП "Бутон" виявляє зростання рентабельності інтернет-технологій, що свідчить про успішність заходів цифрового маркетингу. Однак, важливо продовжувати аналізувати та вдосконалювати стратегії використання інтернет-технологій з метою підвищення ефективності та досягнення поставлених цілей підприємства.

Висновки до розділу 2

Узагальнюючи аналітична оцінка фінансово-економічної діяльності та стану використання інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон» можна зробити наступні висновки.

1. Стан переробної галузі в Україні має свої позитивні та негативні аспекти. На успіх галузі значний вплив мають політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. Для розвитку галузі необхідно зосередитися на створенні сприятливого політико-правового середовища, сприяти економічному зростанню, реагувати на соціокультурні зміни та інвестувати в технологічний розвиток. Зростання населення, зміни в споживацьких звичках та постійна потреба в нових продуктах стимулюють інновації у переробній промисловості. Компанії постійно шукають нові способи виробництва, поліпшення продуктів та забезпечення сталого розвитку. Впровадження нових матеріалів, процесів та досліджень є важливими чинниками, які сприяють розвитку галузі. Однак переробна промисловість також стикається з викликами. До них відносяться коливання вартості сировини, строгі екологічні вимоги, регулювання у сфері безпеки праці та інші. Компанії повинні бути готовими адаптуватися до змін, шукати нові ринки

та інвестувати у дослідження та розвиток, щоб залишатися конкурентоспроможними в глобальному ринковому середовищі.

2. Аналізуючи основні економічні показники діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за роки 2020-2022, можна зробити наступні висновки, що підприємство ТОВ "ВТП "Бутон" зіткнулося зі зниженням доходів, прибутку, продуктивності праці та ефективності використання активів протягом розглянутого періоду. Це може вказувати на проблеми в управлінні, конкурентному середовищі, негативний вплив воєнних дій на території України, наслідки пандемії або інших факторів, які необхідно вивчити детальніше для розробки стратегії відновлення та покращення фінансово-економічного стану підприємства. Також підприємство ТОВ "ВТП "Бутон" виявляє деякі зміни в структурі та розподілі майна за різними показниками. Зокрема, відбулися зміни у структурі необоротних та оборотних активів, власного капіталу та зобов'язань. Варто ретельно аналізувати ці зміни, оскільки вони можуть впливати на фінансово-економічний стан підприємства і вимагати додаткових заходів управління ресурсами та фінансовою стратегією. Аналіз механізму формування фінансових результатів підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" вказує на потребу удосконалення управління витратами, підвищення рентабельності та збільшення обсягу реалізації продукції. Підприємство може вивчати можливості зменшення витрат, покращення ефективності виробництва та пошук нових ринків збуту для поліпшення свого фінансового стану. Фінансовий стан підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за розглянутий період показує суміш покращень і погіршень в різних показниках. Варто звернути увагу на проблеми зі зменшенням оборотності активів, залежністю від зовнішнього фінансування та потребу у покращенні ефективності використання ресурсів.

3. Узагальнюючи проведене дослідження стану організації використання інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон», можемо зробити висновок, що процес використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ "ВТП "Бутон" є важливим і має позитивний вплив на підприємство. Застосування інтернет-технологій дозволяє підприємству розширити аудиторію клієнтів, забезпечити зручний

спосіб покупки через Інтернет, покращити комунікацію з клієнтами та збільшити ефективність маркетингових заходів. Аналіз ефективності заходів цифрового маркетингу показав позитивні результати, зокрема значне зростання рентабельності інтернет-технологій у 2022 році. Це свідчить про успішність застосування цифрових маркетингових стратегій та рекламних кампаній підприємства. Однак, для більш об'єктивного оцінювання ефективності, слід провести детальний аналіз і порівняти показники з іншими факторами. Структура витрат на інтернет-технології показує, що підприємство активно вкладає ресурси у підтримку функціонування веб-сайту, просування та маркетинг в Інтернеті, а також заходи електронної комерції. Зменшення витрат на інтернет-технології у 2022 році може бути пов'язане з оптимізацією витрат і підвищенням ефективності використання ресурсів.

У цілому, використання інтернет-технологій сприяє розширенню клієнтської бази, покращує комунікацію з клієнтами і забезпечує зручність покупок через Інтернет. ТОВ "ВТП "Бутон" виявляє зростання рентабельності інтернет-технологій, що свідчить про успішність заходів цифрового маркетингу. Однак, важливо продовжувати аналізувати та вдосконалювати стратегії використання інтернет-технологій з метою підвищення ефективності та досягнення поставлених цілей підприємства.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВТП «БУТОН»

3.1. Організаційно-методичні засади підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності підприємства

Розвиток інтернет-технологій визначає швидкі зміни в сучасному світі, і швидкість цих змін зростає в геометричній прогресії. Повсякденне життя людини інтенсивно «оцифровується». І ця тенденція «оцифрування» споживачів, їх перехід до онлайн-пошуку інформації, електронних платежів, електронних документів та інших віртуальних сервісів «підриває» звичні бізнес-моделі компаній, а часто й повністю змінює їх. Для виявлення напрямків розвитку та формування організаційно-методичних засад, відобразимо в табл.3.1 результати SWOT-аналізу.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз ТОВ "ВТП "Бутон" [складено автором]

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Якісний веб-сайт: Підприємство має добре розроблений і функціональний веб-сайт, який створює позитивне враження у відвідувачів і забезпечує зручність покупок. 2. Продуктовий асортимент: ТОВ "ВТП "Бутон" має широкий вибір електророзподільчої та контрольної апаратури, що дозволяє привертати різноманітну аудиторію клієнтів. 3. Маркетингові зусилля: Підприємство активно використовує цифровий маркетинг для просування своїх товарів, залучення нових клієнтів в Інтернеті.	1. Обмежений онлайн-присутність: ТОВ "ВТП "Бутон" може потребувати більш активних заходів для просування свого бренду в Інтернеті та залучення більшої кількості цільової аудиторії. 2. Обмежені ресурси: Обмежені фінансові та людські ресурси можуть ускладнювати впровадження нових інтернет-технологій та розширення онлайн-присутності.
Можливості	Загрози
1. Зростання електронної комерції: Зростання популярності онлайн-покупок надає можливість ТОВ "ВТП "Бутон" розширити свою клієнтську базу та збільшити обсяги продажів через Інтернет. 2. Розвиток цифрових маркетингових стратегій: Використання нових інструментів інтернет-маркетингу, таких як соціальні медіа,	1. Конкуренція в Інтернеті: Зростання кількості конкурентів у сфері електророзподільчої та контрольної апаратури може ускладнити залучення нових клієнтів і знизити частку ринку. 2. Кібербезпека: Загрози кібератак та інформаційні витоки можуть впливати на довіру клієнтів до онлайн-платежів та

контент-маркетинг та пошукова оптимізація, може допомогти підприємству залучати більше цільової аудиторії та підвищувати продажі.

конфіденційність їх даних.

Залежно від отриманих результатів SWOT-аналізу, ТОВ "ВТП "Бутон" може розробити стратегію для подальшого розвитку у напрямку використання інструментів інтернет-технологій. На нашу думку, підприємство може зосередитися на посиленні своєї онлайн-присутності, покращенні взаємодії з клієнтами через соціальні медіа та розширенні асортименту продукції в електронному форматі. Крім того, важливо розглянути можливість залучення додаткових ресурсів та експертизи для ефективного використання інтернет-технологій і впровадження нових інноваційних рішень.

На основі проведеного аналізу можна розробити стратегію розвитку використання інтернет-технологій для ТОВ "ВТП "Бутон", рис.3.1.



Рис.3.1. Стратегія розвитку використання інтернет-технологій для ТОВ "ВТП "Бутон"[складено автором]

Отже, згідно рис.3.1, загальна стратегія розвитку використання інтернет-технологій ТОВ "ВТП "Бутон" повинна спиратися на його сильні сторони, використовувати можливості ринку та розробляти інноваційні рішення, які відповідають потребам сучасних клієнтів. Постійне оновлення та вдосконалення використання інтернет-технологій допоможе підприємству залучати нових клієнтів, підвищувати ефективність операцій та забезпечувати стабільний розвиток у конкурентному середовищі.

Отже, на основі розробленої на рис.3.2 стратегії розвитку, узагальнимо на рис.3.1 проблеми та сформуємо рекомендації, щодо їх вирішення.

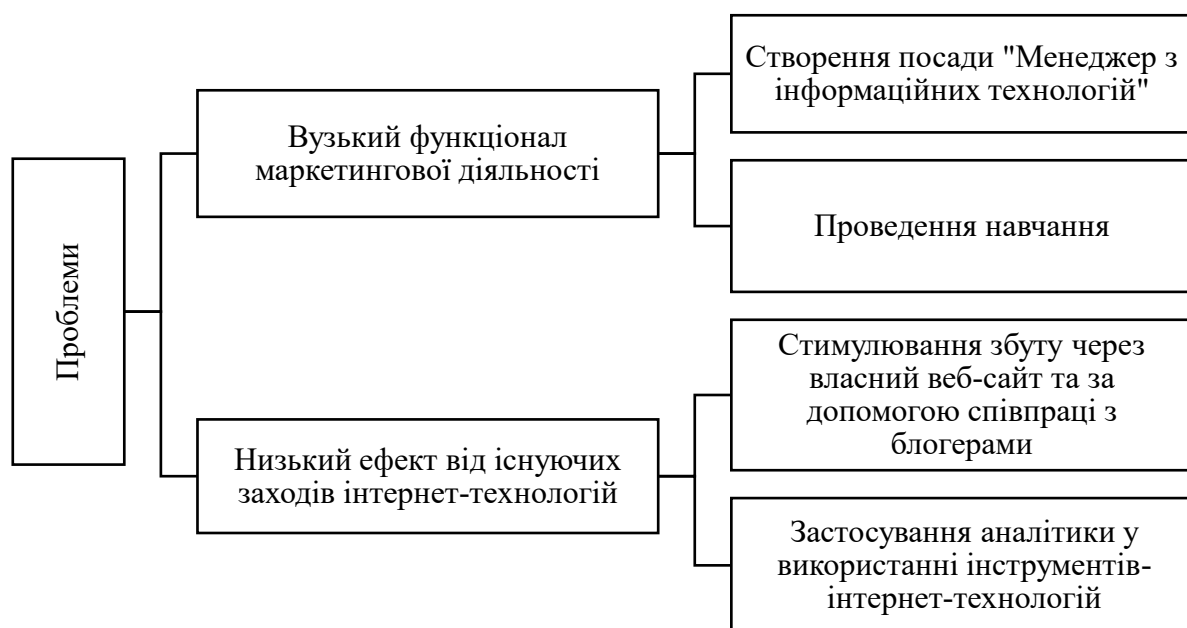


Рис.3.2. Проблеми використання інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон» та рекомендації щодо їх вирішення [складено автором]

Отже, для покращення організації використання інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон», запропоновано ряд заходів. Проаналізуємо кожен із них більш детально.

Створення посади «Менеджер з інформаційних технологій». З метою вдосконалення організаційно-управлінської структури маркетингової діяльності

необхідно створити для цього можливості. Оскільки директор не має необхідних знань та навиків у просуванні продукції за допомогою інтернет-технологій та інших інструментів, пропонуємо створити в штаті додаткову посаду – «Менеджер з інформаційних технологій». Ця особа буде відповідати за розробку, впровадження та підтримку інтернет-технологій у всіх аспектах діяльності компанії. Завдання та обов'язки відповідальної особи включатимуть наступне:

- розробка та впровадження стратегії використання інтернет-технологій у відповідності до мети та завдань підприємства;

- вибір та налаштування необхідного обладнання, програмного забезпечення та інфраструктури для ефективного використання інтернет-технологій;

- координація розробки та підтримки веб-сайту, включаючи його дизайн, контент та функціональні можливості;

- впровадження електронної торгівлі та забезпечення безпечних та ефективних процесів замовлення, оплати та доставки;

- моніторинг та аналіз результатів використання інтернет-технологій, включаючи веб-аналітику та відгуки клієнтів;

- забезпечення кібербезпеки та захисту конфіденційної інформації компанії та клієнтів;

- навчання та підтримка співробітників у використанні інтернет-технологій, включаючи організацію тренінгів та розробку посібників;

- встановлення та підтримка співпраці з партнерами та постачальниками через інтернет-технології.

Важливо, щоб відповідальна особа мала високу кваліфікацію в галузі інформаційних технологій та розуміла специфіку діяльності ТОВ "ВТП "Бутон". Відтак, для зайняття даної посади буде проведено конкурс за допомогою платформ з пошуку роботи Work.ua, Robota.ua.

Вимоги до кандидата: знання інтернет послуг (SEO, PPC, SMM, Email); досвід роботи в сфері продажів (навички активних продажів будуть перевагою); знання ПК, офісних програм, вміння працювати в CRM.

Обов'язки: налагодження та запуск інструментів інтернет-технологій в ТОВ «ВТП «Бутон» із використанням сучасних методів та підходів, збільшення товарообороту, витратовіддачі та рентабельності підприємства.

2) Навчання працівників. Окрім того, що ТОВ «ВТП «Бутон» потребує фахівця із організації використання інтернет-технологій, інші працівники також повинні бути обізнаним з основними аспектами опрацювання отриманих результатів. Від так, коли почнеться активне використання інтернет-технологій, але не налагодженим буде процес обслуговування або консультування споживачів, віддача на реалізацію заходів буде становити нуль. Адже, якщо головну роль у залученні клієнтів відіграє реклама, то утримання їх і збільшення кількості постійних клієнтів цілком лягає на плечі цієї категорії персоналу. І якщо працівник не може утримати клієнта через свою недосвідченість, то в кінцевому підсумку ресурси для його залучення витрачаються даремно. Тому брак досвіду може бути компенсований лише навчанням та підвищенням кваліфікації досвідченими спеціалістами. Тож пропонуємо організувати курси для підвищення кваліфікації менеджера зі збуту.

Навчання та семінари дасть можливість підвищити кваліфікацію менеджера зі збуту саме в торгівельній галузі та отримати досвід всього за кілька уроків. Ділові ігри, детальний розгляд різних надзвичайних ситуацій допомагають працівнику об'єктивно підійти до вирішення нестандартних ситуацій.

Також слід зазначити, що курси підвищення кваліфікації можуть бути корисними не лише молодим, а й досвідченим працівникам, завдяки постійному розвитку торгівельної діяльності та появі нових технологій дистрибуції. Особливо важливо при навчанні співробітника або вдосконаленні його навичок у сфері персональних продажів і маркетингу провести попередній аналіз компетентності та освіти персоналу. Звичайно, цей процес має здійснюватися шляхом порівняння фактичної компетенції з вимогами, що пред'являються до персоналу в даному випадку (нормативні документи, запити споживачів, організаційна культура, а також розуміння наслідків недостатньої компетентності тощо). При виконанні даної роботи необхідно враховувати досвід працівників, їх уміння, знання та

навички з маркетингу, загальну культуру та комунікабельність, наявність творчих інноваційних якостей.

Також пропонуємо провести навчання не тільки для менеджера зі збуту, але і інших. Тривалий час директор особисто займався розвитком цифрового маркетингу, тож йому також буде актуально пройти ці курси, з метою вдосконалення власних навиків та створення синергетичного ефекту в реалізації програми цифрового маркетингу ТОВ «ВТП «Бутон».

3) Стимулювання збуту за допомогою інструментів інтренет-технологій, а саме через власний веб-сайт та за допомогою співпраці з блогерами.

Особливості стимулювання збуту за допомогою інтернет-технологій, зокрема через власний веб-сайт та співпрацю з блогерами, можуть бути наступними, рис.3.3.



Рис.3.3. Особливості стимулювання збуту через власний веб-сайт та співпрацю з блогерами [складено автором]

Деталізуємо наведена на рис.3.3 особливості далі.

Важливо мати привабливий та професійний веб-сайт, який буде привертати увагу відвідувачів і надавати їм корисну та достовірну інформацію про ваші товари та послуги. Також веб-сайт повинен мати зручну структуру та навігацію, щоб користувачі легко знаходили потрібну інформацію та продукти, та зручно здійснювали покупки.

Впровадження електронної торгівлі на власному веб-сайті дозволить клієнтам зручно переглядати, обирати та придбавати вашу продукцію онлайн. Застосовувати персоналізовані підходи, наприклад, рекомендації товарів на основі попередніх покупок або індивідуальних налаштувань профілю користувача.

Важливо обрати блогерів, які мають цільову аудиторію, спільні інтереси з вашою компанією та вміють ефективно презентувати продукцію. Співпраця з блогерами може включати спонсоровані публікації, в яких вони розповідають про ваші товари або послуги, роблять огляди та рекомендації. Це дозволить залучити увагу їх аудиторії та підвищити свідомість про ваш бренд.

4) Застосування аналітики у використанні інструментів-інтернет-технологій. Аналітика виконує важливу роль у використанні інтернет-технологій, оскільки надає компаніям важливі дані та інсайти, що дозволяють вдосконалювати стратегії та приймати обґрунтовані рішення. Особливості використання аналітики у використанні інтернет-технологій включають наступні аспекти.

Збір та аналіз даних: Використання інструментів аналітики дозволяє збирати дані про відвідування веб-сайту, поведінку користувачів, конверсії, рекламні кампанії та інше. Ці дані аналізуються для отримання інсайтів та розуміння ефективності різних інтернет-технологій.

Вимірювання та оцінка показників: Аналітика дозволяє вимірювати різні показники ефективності, такі як кількість відвідувань, конверсії, середній час

перебування на сайті, вартість залучення клієнта тощо. Ці показники допомагають оцінити ефективність інтернет-технологій та вносити відповідні зміни для поліпшення результатів.

Виявлення трендів та залежностей: Аналітичні інструменти дозволяють виявляти тренди та залежності у поведінці користувачів, ефективності рекламних кампаній, використанні різних каналів маркетингу та інше. Це дозволяє компанії розуміти, які стратегії та інструменти працюють краще та як адаптувати свою діяльність для досягнення кращих результатів.

Персоналізація та вдосконалення досвіду користувачів: Аналітика надає можливість розуміти індивідуальні потреби та поведінку користувачів. З цими знаннями компанія може впроваджувати персоналізовані рекомендації, спеціальні пропозиції та поліпшувати загальний досвід користувачів.

Покращення ефективності маркетингових кампаній: Аналітичні дані допомагають виявити найефективніші канали маркетингу, розуміти ефективність рекламних кампаній та варіювати стратегії маркетингу залежно від результатів.

Рекомендації щодо використання аналітики у використанні інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон» наступні, рис.3.4.



Рис.3.4. Покращення використання аналітики у використанні інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон» [складено автором]

Використання аналітики у використанні інтернет-технологій допоможе вашій компанії досягти кращих результатів, покращити користувацький досвід та розвиватися в конкурентному середовищі.

На основі вище викладеного, можна зробити висновок, що універсального та ідеального інструменту інтернет-технологій не існує, щоб досягти поставлених цілей ТОВ «ВТП «Бутон», потрібен час та кваліфіковані спеціалісти. Адже те, що підходить виробничого підприємства, може бути неефективним для торговельного і навпаки. Також використання одноразово певного інструменту не приведе до очікуваного успіху, необхідно постійно стежити за ситуацією і вносити зміни. Цифровий маркетинг не працюватиме, якщо обрати декілька каналів та інструментів і на цьому зупинитись, потрібно постійно придумувати щось нове, намагаючись усе зрозуміти, які підходи вигідні саме для ТОВ «ВТП «Бутон» і чи йдуть вони разом із концепцією існування вцілому. Також впровадження цифрового маркетингу в діяльність ТОВ «ВТП «Бутон» дозволяє налагодити

зв'язок з новою аудиторією, яка раніше не співпрацювала з пропонованим товаром. Це свідчить про те, що аудиторію приваблює високоякісний контент-маркетинг у соціальних мережах, але вона має бути адаптована до сучасних вимог - високоякісний контент має бути цифровим. Для того, щоб виділитися серед конкурентів і збільшити охоплення цільової групи, необхідно активно реалізовувати інструменти інтернет-технологій.

3.2. Резерви підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон»

У сучасному бізнес-середовищі використання інтернет-технологій стає все більш важливим для успішної діяльності підприємств. ТОВ «ВТП «Бутон» не є винятком, і для досягнення своїх цілей та збільшення ефективності, компанії варто активно пошукати резерви для підвищення використання інтернет-технологій. Перш за все, підвищення ефективності використання інтернет-технологій дозволить ТОВ «ВТП «Бутон» досягти більш широкої аудиторії та залучити нових клієнтів.

Підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" вимагає ретельного планування, організації та впровадження відповідних методик. Відобразимо схематично на рис.3.5 організаційно-методичні засади, які можуть допомогти підприємству досягти більшої ефективності використання інтернет-технологій.



Рис.3.5.Резерви підвищення ефективності використання інтернет-технологій
ТОВ "ВТП "Бутон" [складено автором]

Наведені на рис.3.5 резерви підвищення ефективності використання інтернет-технологій допоможуть підприємству ефективно використовувати інтернет-технології для досягнення своїх цілей та покращення результативності. Для забезпечення ефективності рекомендованого механізму, необхідно слідкувати за розвитком інтернет-технологій та трендів у переробній галузі. Продовження вдосконалення стратегії та методів використання інтернет-технологій, адаптація до змін та нововведень.

Можна встановити партнерські програми з блогерами, де вони отримують винагороду за кожен продаж або звернення, зроблені за їх рекомендаціями. Спільне створення цікавого та корисного контенту з блогерами може забезпечити велику кількість відвідувачів на ваш веб-сайт та покращити взаємодію з потенційними клієнтами. Для цього пропонуємо використати ряд сучасних інструментів, таких як:

- SMM просування груп у соціальних мережах, контекстна та таргетована реклама;
- SEO просування сайту та бренда в пошукових системах,
- групи в месенджерах тощо.
- форми зворотного зв'язку для споживачів.

Застосування інструментів веб-аналітики для відстеження та аналізу ефективності вашого веб-сайту та співпраці з блогерами. Оцінка трафіку, конверсію, популярність товарів та інші метрики, щоб зрозуміти, що працює ефективно і допомагає збільшити збут.

Активне спілкування з клієнтами та блогерами, орієнтоване на отримання від них відгуки та рецензії, щоб зрозуміти, що можна поліпшити та як залучити більше клієнтів через інтернет-технології. Під час оцінки веб-сайт ТОВ «ВТП «Бутон» було виявлено низьку ефективність форми зворотного зв'язку через її низьку інформативність та потребу у часі для внесення великого масиву інформації. Саме тому, пропонуємо вдосконалити цю форму, шаблон наведено в Додатку Д.

Стимулювання збуту за допомогою веб-сайту та співпраці з блогерами вимагає постійного аналізу, вдосконалення та адаптації стратегій. Важливо враховувати особливості своєї аудиторії та бути готовим до змін, щоб досягти бажаних результатів. Усі ці інструменти доступні не просто в мережі Інтернет, а і в смартфонах споживачів, що робить підприємство близьким і доступним для клієнтів.

Отже, для реалізації заходів стимулювання, необхідно сформувати SMM-стратегію – план досягнення бізнес-цілей ТОВ «ВТП «Бутон» за допомогою

соціальних мереж. Стратегія допоможе визначити цілі присутності у громадських медіа, шляхи їх досягнення, розставити пріоритети, а головне — спрогнозувати потенційний ефект та не звернути з наміченого маршруту. Для цього, використовуючи отриману за допомогою форми зворотного зв'язку, інформацію від споживача обираємо формат присутності за допомогою власного веб-сайту та соціальних мереж. Формат присутності в соціальних мережах буде мати комерційний характер, а саме відкритість свій комерційний інтерес і відкрито пропонувати купити товар ТОВ «ВТП «Бутон». Як правило, в таких групах розміщується каталог товарів, проводяться бесіди з питаннями та відгуками клієнтів, а контент носить комерційний характер. Мета комерційного формату — продати.

Корпоративний обліковий запис — це обличчя вашого бізнесу. Це має виглядати професійно, тому виникає потреба в розробці фірмових аватарів та обкладинки, створенні шаблону оформлення публікації, який виділить публікації в стрічці новин підписників.

Важливим аспектом стимулювання збуту є просування сайту через інтернет-ресурси. На основі проведеного дослідження із врахуванням нинішньої тенденції пандемії COVID-19 та воєнного стану в Україні, вважаємо актуальним реалізацію заходів цифрового маркетингу для просування послуг через інтернет-інструменти.

На сьогодні, запит в пошуковій стрічці за назвою підприємства виглядає наступним чином, рис.3.6.

Результатов: примерно 515 (0,46 сек.)

Совет. Вы можете [посмотреть результаты только на русском](#). [Подробнее...](#) о фильтрации по языку...

youcontrol.com.ua
<https://youcontrol.com.ua> · [Перевести эту страницу](#)
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ...
 Підприємство ТОВ " ВТП "БУТОН" зареєстрована 03.01.1996 за юридичною адресою Україна, **1, Житомирська обл., місто Житомир, ВУЛИЦЯ СЕРГІЯ ПАРАДЖАНОВА, ...

tovbuton.com.ua
<https://tovbuton.com.ua>
Бутон - Житомир
 Производство электрощитов ТОВ \ ... В каталоге приведена подробная информация о номенклатуре НКУ, выпускаемые производственно-торговое предприятие "Бутон".

opendatabot.ua
<https://opendatabot.ua> · [Перевести эту страницу](#)
Код ЄДРПОУ 22063797 - тов " втп "бутон" - Опендатабот
 ... особу Товариство з обмеженою відповідальністю "ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО "БУТОН" ... Яким був прибуток компанії ТОВ « ВТП „БУТОН”» у 2022...

ua-region.com.ua
<https://www.ua-region.com.ua> · [Перевести эту страницу](#)
БУТОН Житомир, ул. Параджанова, 80 - UA-REGION
 БУТОН, ВТП, ТОВ - Контакти · Продукція, послуги · Інформація про компанію · Види діяльності · Про компанію · Графік роботи · Питання та відповіді ...

clarity-project.info
<https://clarity-project.info> · [Перевести эту страницу](#)
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ...
 Назва: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО "БУТОН". (ТОВ " ВТП "БУТОН"); Організаційна форма: Товариство з...

vkursi.pro
<https://vkursi.pro> · [card · tov-vtp-buton-22063797](#)
тов " втп "бутон" - Vkursi Pro

БУТОН, ООО ПТП
 Сайт · Маршрут · Сохранить
 5,0 ★★★★★ 7 отзывов на Google
 Поставщик промышленного оборудования в Житомире

Адрес: вулиця Сергія Параджанова, 80, Житомир, Житомирська область, 10001
Часы работы: Открыто · Закрывается в 17:00
Телефон: 067 410 5293
[Предложить правку](#) · [Вы – владелец этой организации?](#)

Посещаемость
 ПН ВТ СР ЧТ ПТ СБ ВС
 10:00: обычно нормальная загруженность

Отзывы
 7 отзывов на Google
[Написать отзыв](#) [Добавить фото](#)

Похожие запросы
 Ещё 15+

Рис.3.6. Результат запиту в пошуковій стрічці ТОВ «ВТП «Бутон» до впровадження інструментів інтернет-технологій [складено автором]

Для покращення позицій підприємства в пошуковій стрічці в першу чергу потрібно наповнити інтернет інформацією про діяльність ТОВ «ВТП «Бутон»: статті, інтерв'ю, відеосюжети. Також, для покращення результативності запиту, використаємо особливості SEO-технологій, а саме сформулювати назву спільноти за принципом «бренд» + «основний ключовий запит». Тобто ті запити, за якими можуть шукати ТОВ «ВТП «Бутон» потенційні клієнти в пошукових стрічках.

Оскільки популярність соціальних мереж постійно зростає, використання їх для просування ТОВ «ВТП «Бутон» більш ніж виправдано. Таким чином можна підвищити впізнаваність бренду та спілкуватися з клієнтами. Відповідальним за просування через соціальні мережі буде відповідати менеджер з інформаційних технологій. Він займатиметься просуванням та публікаціями в спільнотах, що підтримують бренд. Для цього необхідно:

1. Обрати «набір» соціальних мереж – у цьому допоможе аналіз аудиторії (здійснюється з урахуванням таких характеристик, як рівень доходу, життєві інтереси, демографічні характеристики тощо).

2. Формування профілю в соціальних сторінках, дизайн яких повторює дизайн веб-сайту туристичного оператора (тема, палітра, логотип) і підтримка їх функціонування: регулярні публікації, відповіді на запитання, робота з оцінками та коментарями.

3. Використання контенту у кількох форматах: тематичні статті, фотографії, відео їх технологічного процесу виробництва та відео із приготування страв з м'ясними виробами ТОВ «ВТП «Бутон», історії, опитування, дописи з новинками та геолокацією.

4. Співпраця з блогерами. На сьогодні, споживачі більше довіряють блогерам, які спробували продукт чи послугу особисто, аніж рекламі на телебаченні чи іншому ресурсі. Тому актуальним буде співпраця з блогерами-мільйонниками.

5. Інтерактивний маркетинг. Споживачам туристичних послуг не актуально проводити конкурси репостів, типових публікацій у соціальних мережах та нав'язливого цільового маркетингу. Чудова альтернатива всім цим інструментам - розмістити бренд у реальності користувача, тобто реалізувати програму інтерактивного маркетингу. За допомогою цього інструменту ТОВ «ВТП «Бутон» можна викликати яскраві емоції у людей, які не тільки викликають інтерес до бренду та його продукту, але й збільшують дохід та продажі.

Враховуючи наведений досвід світових та вітчизняних компаній, щодо реалізації цифрового маркетингу, можемо запропонувати наступні методи для досліджуваного ТОВ «ВТП «Бутон»:

— інструменти просування SEO. SEO включає оптимізацію коду, роботу із тегами, юзабіліті та поліпшення вмісту. Контекстна реклама допоможе швидко збільшити продажі (хоч і ненадовго - як тільки перестанете давати на публікацію реклами гроші, клієнти підуть). Щоб просунути сайт за допомогою SEO, потрібно більше часу, він націлений на довгостроковий ефект [16, с.30];

— інструменти просування SMM. SMM - це просування в соціальних сервісах за допомогою публікацій цікавих матеріалів про фірму в спільнотах, на форумах, в соціальних мережах. Суть у постійному спілкуванні з користувачами, прихованій рекламі ваших товарів та послуг. Можливе використання аудіо та відео [20];

— залучення інтерактивних трансляцій. ТОВ «ВТП «Бутон» може здійснювати таку трансляцію із робочих приміщень (виробничий відділ, торговельний зал, технологічний відділ тощо) та проведенні онлайн опитування.

Отже, пошук резервів для підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон» є необхідним для досягнення конкурентних переваг, залучення нових клієнтів, покращення користувацького досвіду та оптимізації операцій. Це дозволить компанії залишатись актуальною та конкурентоспроможною в сучасному бізнес-середовищі.

3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів

Зважаючи на розроблені рекомендації в попередньому підрозділі роботи, необхідно провести оцінку ефективності запропонованих заходів. Для цього використаємо метод економічного аналізу, що передбачає розрахунок обсягу витрат на реалізацію розроблених заходів та прогнозування прибутків за рахунок ведення змін в прогнозованому періоду. Для визначення ефективності використаємо коефіцієнти рентабельності інвестицій та терміну окупності.

Для початку, згрупуємо в табл. 3.2 розрахунок річного фонду оплати праці для менеджера з інформаційних технологій, на рік.

Таблиця 3.2

Розрахунок річного фонду оплати праці Digital-менеджера ТОВ «ВТП
«Бутон» на прогнозований період

Посада	Рекомендований оклад, тис.грн
Менеджер з інформаційних технологій	11,00
Щомісячна премія, %	15%
Місячний фонд заробітної плати з премією	12,65
ЄСВ (22%)	2,78
Місячний фонд заробітної плати з врахуванням податків	15,43
Річний фонд заробітної плати	185,20

Таким чином, у зв'язку з розширенням штату підприємства, фонд оплати праці зросте на 185,2 тис.грн. Кількість працівників у штаті зросте на 1 особу, загальна кількість працівників у буде становити 31 особу.

Для проведення навчання, пропонуємо скористатись послугами ТОВ «ПростоТренінг» (м.Київ) [69]. Дане підприємство надає послуги у сфері розвитку персоналу, особливо для торгівельної галузі. Їхні тренінги можуть проходити як на базі власного офісу так і з виїздом у офіс ТОВ «ВТП «Бутон» або дистанційно. Відгуки на сайті свідчать про високі результати навчання. Рекомендуємо для працівників ТОВ «ВТП «Бутон» наступну програму навчання, табл.3.3.

Таблиця 3.3

Програма навчання та підвищення кваліфікації працівників відділу
маркетингу ТОВ «ВТП «Бутон» [складено автором]

Назва тренінгу	Кількість осіб	Тривалість, днів	Вартість на групу, тис.грн
Технології успішних продажів і маркетингу	6	10	28,9
Особливості використання інструментів інтернет-технологій	6	10	30,1
Навчання комунікації, в тому числі по телефону	3	7	14,5
Формування лояльності клієнтів	3	5	13,7
Просування через інтернет-ресурси	1	8	12,5
Всього			99,7

Отже, витрати на навчання та підвищення кваліфікації персоналу в сфері цифрового маркетингу складуть 99,7 тис.грн. Загальна тривалість навчання становить 36 днів. Групове навчання для ключових працівників ТОВ «ВТП «Бутон» стосуватиметься вивченню технології успішних продажів і цифрового маркетингу, а також особливостей просування своєї продукції різним сегментам споживачів. Інші заходи навчання будуть поділені між спеціалізаціями працівників.

Відобразимо в табл.3.4 статті витрат ТОВ «ВТП «Бутон» на організацію цифрового маркетингу в прогнозованому періоді.

Таблиця 3.4

Витрати на організацію цифрового маркетингу ТОВ «ВТП «Бутон» в прогнозованому періоді [складено автором]

Стаття витрат	Витрати, тис.грн на рік
Орендна плата домена	13,1
Витрати на зняття роликів для розміщення в соціальних мережах	13,8
Витрати на підготування якісних фото закладу для постів у соціальних мережах	19,5
Оплата послуг контекстного розміщення посилань в інтернет-просторі	27,6
Витрати на організацію співпраці з блогерами	24,9
Витрати на засоби цифрового маркетингу	22,8
Додаткові витрати	23,9
Всього	145,6

Таким чином, ТОВ «ВТП «Бутон» витратить на розробку та реалізацію запропонованих заходів цифрового маркетингу 145,6 тис.грн на рік. Найбільший рівень витрат виділено на оплату оренди домена та на розміщення контекстної реклами.

Від так, загальний рівень витрат на реалізацію заходів з із організації цифрового маркетингу в ТОВ «ВТП «Бутон» становить:

$$B = 185,2 + 99,7 + 145,6 = 430,5 \text{ тис.грн}$$

Для визначення ефективності пропонованих заходів, щодо підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон», розрахуємо ключові економічні показники, включаючи рентабельність інвестицій та прибуток.

Орієнтуючись на темп приросту обсягів діяльності підприємства за останні 3 роки, темп інфляції в країні та орієнтацію споживчого попиту, будемо вважати, що внаслідок запропонованого комплексу заходів цифрового маркетингу, доходи підприємства від збільшення товарообороту зростуть на 30%. А рівень витрат підприємства залишаться без змін (окрім інших витрат, які орієнтовно скоротяться на 10% за рахунок оптимізації зворотного зв'язку зі споживачами), то із врахуванням витрат підприємства на реалізацію комплексу заходів у обсязі 430,5 тис.грн, результати діяльності будуть наступні, табл.3.5.

Таблиця 3.5

Прогноз основних економічних показників діяльності ТОВ «ВТП «Бутон»

[складено автором]

Показники	2022 р.	Прогнозне значення	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне,
			(+ -)	%
Дохід (виручка) від реалізації продукції (послуг), тис. грн.	11 151,40	14496,82	3 345,42	30,00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	9 575,70	12448,41	2 872,71	30,00
Собівартість у відсотках до виручки, %	85,87	85,87	0,00	0,00
Валовий прибуток, тис. грн.	1 575,70	2 048,41	472,71	30,00
Інші операційні доходи, тис. грн.	85,2	85,2	0,00	0,00
Інші операційні витрати, тис. грн.	1500,1	1350,09	-150,01	-10,00
Інші доходи	56,4	56,4	0,00	0,00
Інші витрати	131,3	131,3	0,00	0,00
Витрати на реалізацію комплексу заходів тис. грн	0	430,5	430,50	
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:	29,50	353,02	323,52	1096,68
Податок на прибуток	0	0	0,00	0
Фінансові результати від звичайної діяльності:	29,50	353,02	323,52	1096,68

З табл. 3.5 видно, що ефективність запропонованих заходів щодо вдосконалення використання інструментів інтернет-технологій підтверджується різними показниками до і після реалізації заходів. Фінансовий результат – прибуток, зростає та становитиме 353,02 тис.грн. Отже, прогнозовані показники вказують на позитивну динаміку розвитку ТОВ "ВТП "Бутон", збільшення доходів, збереження маржинальності та покращення фінансових результатів. При цьому важливо врахувати, що прогнози мають певний ризик та можуть залежати від різних факторів, тому слід провести подальший моніторинг та аналіз для визначення фактичної ефективності запропонованих заходів.

Впровадження з запропонованих заходів щодо вдосконалення використання інструментів інтернет-технологій покращить економічну ефективність діяльності підприємства, а отже і його показники стабільності на ринку та конкурентоспроможність в цілому. Враховуючи очікуваний рівень прибутку 353,02 тис.грн, визначимо термін окупності проекту за формулою (3.1) [32, с.45]:

$$T = \frac{IC}{P}, \quad (3.1)$$

де T - термін окупності;

IC - первісні інвестиції у проект;

P - очікуваний щорічний прибуток, що планується (поточний сумарний грошовий потік, або чистий грошовий потік).

$$T = 430,5/353,02 = 1,22 \text{ або } 1 \text{ рік та майже } 3 \text{ місяці.}$$

Отже, окупність запропонованого проекту складає 1 рік та майже 3 місяці, тому запропоновані заходи вважаємо економічно доцільними для реалізації.

Рентабельність інвестицій становить:

$$ROA = (430,5 - 353,02)/430,5 * 100\% = 17,99\%$$

Отже, рентабельність інвестицій становить майже 18%, що свідчить про відносно високу ефективність інвестиційного проекту. Значення ROI близьке до 18% вказує на те, що проект генерує прибуток, який перевищує вартість інвестицій на 18%. Це означає, що інвестиції були вдалими і приносять позитивний фінансовий результат.

Узагальнюючи проведені дослідження, можна зробити висновок про доцільність реалізації запропонованих заходів щодо організації цифрового маркетингу ТОВ «ВТП «Бутон», оскільки в результаті, вони призведуть не лише до зростання прибутку підприємства, але і до підвищення рівня його конкурентоспроможності за рахунок завоювання нового сегменту ринку та використання сучасних інтернет-ресурсів в маркетинговій діяльності.

Висновки до розділу 3

Узагальнюючи дослідження напрямів підвищення ефективності використання інтернет-технологій у діяльності ТОВ «ВТП «Бутон», можна зробити наступні висновки:

1. Універсального та ідеального інструменту інтернет-технологій не існує, щоб досягти поставлених цілей ТОВ «ВТП «Бутон», потрібен час та кваліфіковані спеціалісти. Адже те, що підходить виробничого підприємства, може бути неефективним для торговельного і навпаки. Також використання одноразово певного інструменту не приведе до очікуваного успіху, необхідно постійно стежити за ситуацією і вносити зміни. Цифровий маркетинг не працюватиме, якщо обрати декілька каналів та інструментів і на цьому зупинитись, потрібно постійно придумувати щось нове, намагаючись усе зрозуміти, які підходи вигідні саме для ТОВ «ВТП «Бутон» і чи йдуть вони разом із концепцією існування вцілому. Також впровадження цифрового маркетингу в діяльність ТОВ «ВТП «Бутон» дозволяє налагодити зв'язок з новою аудиторією, яка раніше не співпрацювала з пропонованим товаром. Це свідчить про те, що аудиторію приваблює високоякісний контент-маркетинг у соціальних мережах,

але вона має бути адаптована до сучасних вимог - високоякісний контент має бути цифровим. Для того, щоб виділитися серед конкурентів і збільшити охоплення цільової групи, необхідно активно реалізовувати інструменти інтернет-технологій.

2. Пошук резервів для підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон» є необхідним для досягнення конкурентних переваг, залучення нових клієнтів, покращення користувацького досвіду та оптимізації операцій. Це дозволить компанії залишатись актуальною та конкурентоспроможною в сучасному бізнес-середовищі.

3. Ефективність запропонованих заходів щодо вдосконалення використання інструментів інтернет-технологій підтверджується різними показниками до і після реалізації заходів. Фінансовий результат – прибуток, зросте та становитиме 353,02 тис.грн. Отже, прогнозовані показники вказують на позитивну динаміку розвитку ТОВ "ВТП "Бутон", збільшення доходів, збереження маржинальності та покращення фінансових результатів. При цьому важливо врахувати, що прогнози мають певний ризик та можуть залежати від різних факторів, тому слід провести подальший моніторинг та аналіз для визначення фактичної ефективності запропонованих заходів.

Окупність запропонованого проекту складає 1 рік та майже 3 місяці, тому запропоновані заходи вважаємо економічно доцільними для реалізації. Рентабельність інвестицій становить майже 18%, що свідчить про відносно високу ефективність інвестиційного проекту. Значення ROI близьке до 18% вказує на те, що проект генерує прибуток, який перевищує вартість інвестицій на 18%. Це означає, що інвестиції були вдалими і приносять позитивний фінансовий результат.

ВИСНОВКИ

В даній роботі відображено узагальнення та подальший розвиток теоретико-методичних засад використання інтернет-технологій у малому бізнесі, а також визначення напрямків підвищення їхньої ефективності в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон». Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити наступні висновки.

1. Розширюючи свої кордони, інформаційні технології незворотно впливають на всі галузі національної економіки та життєві сфери населення. Використання інтернет-технологій у структурі ринку розширює можливості, створює нові ринки збуту, підвищує репутацію, прискорює та покращує прозорість бізнес-процесів і розвиває нові сфери діяльності. Сучасні підприємства прагнуть отримати конкурентні переваги та максимальний ефект від використання інформаційних та інтернет-технологій, але без кваліфікованих спеціалістів вкладені кошти можуть не принести очікуваних результатів.

2. Ефективне управління інтернет-технологіями є важливим аспектом для малого бізнесу. Підприємства повинні активно впроваджувати та використовувати різноманітні інструменти, такі як електронна пошта, чати, технологія миттєвої передачі повідомлень, веб-конференції, опитування в режимі реального часу та інші, щоб забезпечити ефективну комунікацію, співпрацю та покращення бізнес-процесів. Це допомагає підприємствам малого бізнесу бути конкурентоспроможними, розширювати свою діяльність і досягати успіху на сучасному ринку.

3. Методичні підходи до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій в бізнесі є важливим інструментом для визначення успішності та впливу цих технологій на підприємство. Застосування таких підходів дозволяє оцінити ефективність конкретних інструментів та методів маркетингу, а також загальної маркетингової політики компанії в онлайн-середовищі. Оцінка ефективності включає в себе розгляд кількісних і якісних показників, які допомагають зрозуміти загальну картину ефективності

використання інтернет-технологій. При оцінці необхідно враховувати конкретні цілі та задачі підприємства, а також особливості використовуваних інструментів. Глобальні цілі оцінювання ефективності включають вибір найприбутковіших інструментів, контроль над результативністю маркетингових заходів та порівняння ефективності з конкурентами. Врахування методичних підходів до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій є необхідним для підприємств, оскільки це дозволяє зробити обґрунтовані рішення щодо використання та вдосконалення інтернет-маркетингових стратегій. Такий аналіз допомагає підвищити ефективність роботи веб-ресурсів, залучити більше клієнтів та збільшити обсяги продажу, що є ключовими факторами успіху в сучасному електронному бізнесі.

4. Світовий досвід показує, що успішне використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу вимагає поєднання інновацій, гнучкості та підтримки з боку держави. Підприємства повинні активно використовувати інтернет-технології, але також бути свідомими проблем і викликів, що супроводжуються цими технологіями, та вживати необхідні заходи для забезпечення успішності свого бізнесу в цифровому віці.

5. Стан переробної галузі в Україні має свої позитивні та негативні аспекти. На успіх галузі значний вплив мають політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. Для розвитку галузі необхідно зосередитися на створенні сприятливого політико-правового середовища, сприяти економічному зростанню, реагувати на соціокультурні зміни та інвестувати в технологічний розвиток. Зростання населення, зміни в споживацьких звичках та постійна потреба в нових продуктах стимулюють інновації у переробній промисловості. Компанії постійно шукають нові способи виробництва, поліпшення продуктів та забезпечення сталого розвитку. Впровадження нових матеріалів, процесів та досліджень є важливими чинниками, які сприяють розвитку галузі. Однак переробна промисловість також стикається з викликами. До них відносяться коливання вартості сировини, строгі екологічні вимоги, регулювання у сфері безпеки праці та інші. Компанії повинні бути готовими адаптуватися до змін, шукати нові ринки

та інвестувати у дослідження та розвиток, щоб залишатися конкурентоспроможними в глобальному ринковому середовищі.

6. Аналізуючи основні економічні показники діяльності підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за роки 2020-2022, можна зробити наступні висновки, що підприємство ТОВ "ВТП "Бутон" зіткнулося зі зниженням доходів, прибутку, продуктивності праці та ефективності використання активів протягом розглянутого періоду. Це може вказувати на проблеми в управлінні, конкурентному середовищі, негативний вплив воєнних дій на території України, наслідки пандемії або інших факторів, які необхідно вивчити детальніше для розробки стратегії відновлення та покращення фінансово-економічного стану підприємства. Також підприємство ТОВ "ВТП "Бутон" виявляє деякі зміни в структурі та розподілі майна за різними показниками. Зокрема, відбулися зміни у структурі необоротних та оборотних активів, власного капіталу та зобов'язань. Варто ретельно аналізувати ці зміни, оскільки вони можуть впливати на фінансово-економічний стан підприємства і вимагати додаткових заходів управління ресурсами та фінансовою стратегією. Аналіз механізму формування фінансових результатів підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" вказує на потребу удосконалення управління витратами, підвищення рентабельності та збільшення обсягу реалізації продукції. Підприємство може вивчати можливості зменшення витрат, покращення ефективності виробництва та пошук нових ринків збуту для поліпшення свого фінансового стану. Фінансовий стан підприємства ТОВ "ВТП "Бутон" за розглянутий період показує суміш покращень і погіршень в різних показниках. Варто звернути увагу на проблеми зі зменшенням оборотності активів, залежністю від зовнішнього фінансування та потребу у покращенні ефективності використання ресурсів.

7. Узагальнюючи проведене дослідження стану організації використання інтернет-технологій ТОВ «ВТП «Бутон», можемо зробити висновок, що процес використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ "ВТП "Бутон" є важливим і має позитивний вплив на підприємство. Застосування інтернет-технологій дозволяє підприємству розширити аудиторію клієнтів, забезпечити зручний

спосіб покупки через Інтернет, покращити комунікацію з клієнтами та збільшити ефективність маркетингових заходів. Аналіз ефективності заходів цифрового маркетингу показав позитивні результати, зокрема значне зростання рентабельності інтернет-технологій у 2022 році. Це свідчить про успішність застосування цифрових маркетингових стратегій та рекламних кампаній підприємства. Однак, для більш об'єктивного оцінювання ефективності, слід провести детальний аналіз і порівняти показники з іншими факторами. Структура витрат на інтернет-технології показує, що підприємство активно вкладає ресурси у підтримку функціонування веб-сайту, просування та маркетинг в Інтернеті, а також заходи електронної комерції. Зменшення витрат на інтернет-технології у 2022 році може бути пов'язане з оптимізацією витрат і підвищенням ефективності використання ресурсів.

У цілому, використання інтернет-технологій сприяє розширенню клієнтської бази, покращує комунікацію з клієнтами і забезпечує зручність покупок через Інтернет. ТОВ "ВТП "Бутон" виявляє зростання рентабельності інтернет-технологій, що свідчить про успішність заходів цифрового маркетингу. Однак, важливо продовжувати аналізувати та вдосконалювати стратегії використання інтернет-технологій з метою підвищення ефективності та досягнення поставлених цілей підприємства.

8. Універсального та ідеального інструменту інтрнет-технологій не існує, щоб досягти поставлених цілей ТОВ «ВТП «Бутон», потрібен час та кваліфіковані спеціалісти. Адже те, що підходить виробничого підприємства, може бути неефективним для торгівельного і навпаки. Також використання одноразово певного інструменту не приведе до очікуваного успіху, необхідно постійно стежити за ситуацією і вносити зміни. Цифровий маркетинг не працюватиме, якщо обрати декілька каналів та інструментів і на цьому зупинитись, потрібно постійно придумувати щось нове, намагаючись усе зрозуміти, які підходи вигідні саме для ТОВ «ВТП «Бутон» і чи йдуть вони разом із концепцією існування вцілому. Також впровадження цифрового маркетингу в діяльність ТОВ «ВТП «Бутон» дозволяє налагодити зв'язок з новою аудиторією,

яка раніше не співпрацювала з пропонованим товаром. Це свідчить про те, що аудиторію приваблює високоякісний контент-маркетинг у соціальних мережах, але вона має бути адаптована до сучасних вимог - високоякісний контент має бути цифровим. Для того, щоб виділитися серед конкурентів і збільшити охоплення цільової групи, необхідно активно реалізовувати інструменти інтернет-технологій.

9. Пошук резервів для підвищення ефективності використання інтернет-технологій в діяльності ТОВ «ВТП «Бутон» є необхідним для досягнення конкурентних переваг, залучення нових клієнтів, покращення користувацького досвіду та оптимізації операцій. Це дозволить компанії залишатись актуальною та конкурентоспроможною в сучасному бізнес-середовищі.

10. Ефективність запропонованих заходів щодо вдосконалення використання інструментів інтернет-технологій підтверджується різними показниками до і після реалізації заходів. Фінансовий результат – прибуток, зросте та становитиме 353,02 тис.грн. Отже, прогнозовані показники вказують на позитивну динаміку розвитку ТОВ "ВТП "Бутон", збільшення доходів, збереження маржинальності та покращення фінансових результатів. При цьому важливо врахувати, що прогнози мають певний ризик та можуть залежати від різних факторів, тому слід провести подальший моніторинг та аналіз для визначення фактичної ефективності запропонованих заходів.

Окупність запропонованого проекту складає 1 рік та майже 3 місяці, тому запропоновані заходи вважаємо економічно доцільними для реалізації. Рентабельність інвестицій становить майже 18%, що свідчить про відносно високу ефективність інвестиційного проекту. Значення ROI близьке до 18% вказує на те, що проект генерує прибуток, який перевищує вартість інвестицій на 18%. Це означає, що інвестиції були вдалими і приносять позитивний фінансовий результат.