

## Інтернет-платформа як основа ефективного просування продукції промислових підприємств\*

А. О. ДЕРИКОЛЕНКО<sup>і</sup>

У статті уточнено визначення інтернет-платформи. Визначення основні ринки, де використання інтернет-платформ було б найбільш доцільно. Проаналізовано існуюче визначення інтернет-платформ і запропоновано авторське бачення, яке засноване на проведених дослідженнях. Виділено основні характеристики інтернет-платформи для просування саме товарів промислового призначення. Відзначено, що в сучасному світі цифрових технологій інтернет-платформи мають широкі можливості і перспективи для застосування вітчизняними промисловими підприємствами. Основна мета існування інтернет-платформ – допомога підприємств, мета яких – вихід на світові ринки. Їх впровадження завдяки високому технічному рівню здатне значно збільшити швидкість логістичних операцій, підвищити ефективність діяльності (комунікаційної, логістичної, інноваційної, інвестиційної і т.д.), поліпшити її якість (завдяки кастомізації), реалізувати унікальні можливості післяпродажного сервісного обслуговування для різних ринків, різних цільових груп споживачів і т. п. Використання промисловими підприємствами інтернет-платформ направлено, з одного боку, на встановлення взаємовигідних зв'язків зі стейкхолдерами, а з іншого – на узгодження внутрішніх бізнес-процесів підприємства з зовнішніми можливостями і погрозами. Автором сформульовані основні особливості створення та застосування інтернет-платформ для просування промислової продукції, визначені бізнес-процеси промислового підприємства при застосуванні інтернет-платформи. Окремо запропоновано структурну схему бізнес-процесів промислового підприємства при використанні інтернет-платформи.

*Ключові слова:* інтернет-платформа, бізнес-процес, інструментарій, промислове підприємство.

УДК 334.716:658.512:004.738.5

JEL код: O10; O14

**Вступ.** Обґрунтування методичних і методологічних основ просування товарів промислових підприємств у інтернет-мережі набуває у сучасних умовах глобалізації світових ринків значної ваги. Використання доступного, відносно недорогого новітнього цифрового інструментарію дозволяє невеликим виробничим підприємствам заявити про себе на національному та міжнародному рівнях, а великим

<sup>і</sup> Дериголенко Анна Олександрівна, молодший науковий співробітник кафедри економіки та бізнес-адміністрування Сумського державного університету.

\* Публікація містить результати досліджень, проведених у рамках НДР «Розроблення фундаментальних основ відтворювального механізму соціально-економічного розвитку в ході Третьої промислової революції» (№ д/р 0118U003578).

\*\* Публікація містить результати досліджень, проведених у рамках господарчого договору № 53.14-2020.СП/01 від 03 лютого 2020 р. «Підвищення конкурентоздатності підприємства на основі оптимального використання діджитал-платформ для просування промислової продукції». Публікація містить результати досліджень, проведених у рамках господарчого договору № 53.14-01.17.СП/1 від 25 червня 2018 р. «Еколого-економічний аналіз венчурних проєктів у сфері альтернативної енергетики».

© А. О. Дериголенко, 2020.  
<https://doi.org/10.21272/mer.2020.87.10>



товаровиробникам – розширити присутність на ринку. Одним з таких інструментів є інтернет-платформи. Отже, дослідження особливостей використання інтернет-платформ як засобу просування продукції вітчизняних промислових підприємств є актуальним і затребуваним як з теоретичної, так і з практичної позицій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню особливостей цифровізації економіки України присвятили праці науковці Фіщук В., Матюшко В., Чернев Є., Юрчак О., Лаврик Я., Амелін А. [1] та багато інших. Ларрі Вебер у книзі «Ефективний маркетинг в Інтернеті. Соціальні мережі, блоги, Твіттер та інші інструменти просування в мережі» проаналізував шляхи побудови власного співтовариства споживачів у Інтернет-мережі і виокремив чотири стратегії посередництва в он-лайн середовищі: стратегія застосування агрегаторів, які ранжирують, стратегія використання блогів, стратегія використання електронного співтовариства та стратегія використання соціальних об'єднань [2]. Расмус Клайс Нільсен досліджував владу інтернет-платформ у сфері цифрових медіа [3]. Григор'єв Н. Ю. і Шаройко Ф. В. розглядали управління комунікаційними платформами як спосіб просування бренду [4]. Мальцева О. П. проаналізувала комунікаційні інтернет-платформи як інструмент маркетингу і констатувала, що для ефективного використання маркетингу у мережі зростає необхідність подальшого ретельного вивчення комунікаційних платформ [5]. Таким чином, проблематика застосування інтернет-платформ промисловими підприємствами є висвітлюванню вітчизняними й закордонними науковцями та потребує подальшого наукового обґрунтування.

**Метою статті** є теоретичне обґрунтування можливостей застосування інтернет-платформ для просування продукції промислових підприємств. Відповідно до мети сформовано комплекс задач:

- сформулювати основні особливості створення і застосування інтернет-платформ для просування продукції промислових підприємств;
- уточнити визначення інтернет-платформи;
- окреслити бізнес-процеси промислового підприємства при застосуванні інтернет-платформи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інтернет-платформи, як портали для розвитку бізнесу, в першу чергу, для виходу на нові ринки, знаходження нових контрагентів, набувають поширення в Україні у різних сферах:

- роздрібною торгівлі (одяг, взуття, парфумерія тощо);
- освіти (початкової, середньої, вищої, неформальної);
- науки;
- туризму;
- медіа (мас-медіа, соціальні медіа тощо);
- реклами;
- фінансів (краундфандинг, цінні папери);
- підприємництва (дропшипінг);
- фармацевтики;
- суспільної (благодійництво) і громадської діяльності;
- публічного управління;
- телекомунікацій;
- інформаційних технологій тощо.

Їх починають використовувати в АПК, а також у промисловій сфері. Приклади такої діяльності є, зокрема:

- Національна платформа малого та середнього бізнесу (мережа об'єднань малого і

середнього бізнесу з різних галузей економіки та регіонів України) [6];

- портал 4BIZ2.BIZ (інтерактивна інтернет-платформа для підтримки бізнесу) [7];
- платформа промислових підприємств Львівської області (для налагодження внутрішнього ринку Львівщини та формування тісних і надійних економічно-торговельних зв'язків) [8].

Отже, інтернет-платформи, як інструмент інтернет-маркетингу, що з успіхом використовується у різних сферах господарювання, можуть забезпечувати високоефективні результати і в промисловій галузі. Розглянемо їх особливості.

Інтернет-платформи на сучасному етапі якнайкраще забезпечувати зворотній зв'язок (в першу чергу) і необхідний рівень комунікацій (в цілому) здатні спеціалізовані торгові інтернет-платформи для просування продукції промислових підприємств відповідно вимог глобалізованого ринку.

Практики визначають торгову платформу як портал для розвитку бізнесу (для здійснення онлайн продажів, реклами і отримання замовлень з інтернету) [9].

Відповідно Наказу МОН України «Про затвердження Регламенту роботи Національного репозитарію академічних текстів» № 707 від 04.07.2018 р. «Інтернет-платформа для обміну науковими публікаціями – один з елементів наукової та дослідницької інфраструктури, що становить сукупність інструментів та засобів, реалізованих у мережі Інтернет у формі соціальної мережі (інтерактивного веб-сайту), призначеної для неформального обміну результатами наукової діяльності, зокрема для їх розміщення, обговорення, рецензування, оприлюднення, архівування, збереження, надання у відкритий доступ та розповсюдження [10].

Отже, під *Інтернет-платформою для промислових підприємств* ми розуміємо площадку для розміщення тематичних онлайн-оголошень, яка об'єднує таргетованих стейкхолдерів (споживачів, посередників, постачальників, субпідрядників, контрагентів, товаровиробників, інвесторів тощо) для покупки, продажу або обміну промисловими товарами/послугами, а також здійснення інших бізнес-операцій на світових ринках промислових товарів у інтерактивному режимі. На наш погляд, таке визначення, на відміну від існуючих, дозволяє уточнити змістовну складову діяльності промислових підприємств у Інтернет-середовищі з використанням Інтернет-платформи, окреслити коло її цільових користувачів та види трансакцій.

Основними характеристиками інтернет-платформи для просування промислової продукції є:

- *інтерактивність 24/7* (здатність безперервно взаємодіяти з будь-яким суб'єктом, можливості для «швидких» комунікацій);
- *оперативність* (можливості управління в режимі реального часу та швидкого реагування – для товаровиробника; швидкого отримання інформації – для покупців);
- *всеосяжність* (можливість доступу до ЦА на світовому ринку);
- *гнучкість* (можливість в найкоротші терміни і з мінімальними витратами ресурсів впроваджувати зміни);
- *відкритість* (можливість вільного доступу до інформації для всіх суб'єктів);
- *легкість доступу* (web-, war-ресурси);
- *відсутність обмежень у часі, просторі, мовах спілкування* (для виходу на міжнародні ринки);
- *можливість оптимізації діяльності на основі використання результатів Web-аналітики* (Google Analytics).

Але специфіка промислової сфери визначає певний набір функцій для цього інструменту. Особливостями, які відрізняють інтернет-платформи для просування промислової продукції від інших аналогічних є:

- поширення тематичної інформації (щодо товарів, новин, бізнес-подій (виставок, конференцій, форумів і т. п.), оголошень, статей, тендерів, інвестицій, проєктів тощо) в першу чергу серед продавців і покупців саме промислових товарів;
- інтерактивна можливість укладання угод промисловими підприємствами;
- об'єднання різних цільових груп стейкхолдерів (споживачів, посередників, постачальників, субпідрядників, контрагентів, товаровиробників, інвесторів тощо) ринку промислових товарів.

Вимоги до створення Інтернет-платформи для промислових підприємств є загальновідомими, але важливими: якомога більша кількість зареєстрованих продавців і покупців, якомога більший трафік відвідування, адаптований під можливості мобільних пристроїв інтерфейс і веб-дизайн, платність (що, на наш погляд, окреслить таргетовані (цільові) зв'язки між користувачами платформи і відсіче нецільові контакти).

Не зважаючи на те, що стаття директора з досліджень Інституту Ройтерз із вивчення журналістики Расмус Клайс Нільсен присвячена цифровим медіа, його узагальнення щодо особливостей інтернет-платформ, на наш погляд, стосуються будь-яких їх видів. Він відзначає, що інтернет-платформи мають звичні форми жорсткої влади та м'якої сили, але є і нові аспекти, що характеризують їхній вплив:

1) інтернет-платформи мають владу встановлювати стандарти, яких мають дотримуватися інші, якщо хочуть належати до соціальних і технічних мереж, побудованих платформами та бути частиною ринків, створених ними;

2) платформи мають владу створювати та ламати зв'язки у мережах операцій, які є можливими завдяки їм. Це відбувається через зміни «стандартів спільноти» та технічні протоколи (алгоритми);

3) платформи мають владу автоматизованих дій у необхідному масштабі, оскільки їхні технології щодня охоплюють мільярди операцій та взаємодій між користувачами, рекламодавцями та третіми сторонами;

4) платформи мають владу секретності, оскільки працюють як «чорні ящики», де сторонні можуть бачити лише основні та обмежені дані. І тільки платформи мають доступ до детальніших даних та знають, як влаштовані процеси;

5) платформи мають владу у різних сферах – частково завдяки великій кількості даних, що вони збирають, а також через можливість приймати рішення, як ними користуватися і з ким ними ділитися [3].

Синтезуючи унікальні переваги новітніх ІТ-технологій інтернет-платформи дозволяють реалізовувати цілі вітчизняних товаровиробників в повній мірі.

Щодо конфігурації інтернет-платформ та особливостей їх застосування науковці висловлюють наступні пропозиції:

1. Ларри Вебер: створені в інтересах маркетингу сайти, мікро сайти, вебіари і електронні спільноти повинні поєднувати як професійний контент, так і створений користувачами [2].

2. Фіщук В.: побудова лише на українських стандартах цифрових систем, платформ та інфраструктур, які мають бути використані громадянами, бізнесом та державою для участі, конкуренції та успіху у глобальній економіці та на відкритих ринках, неприпустима [1].

3. Григор'єв Н. Ю. і Шаройко Ф. В.: ефективність управління комунікаційною платформою в певній мірі залежить від послідовності використання маркетингового інструментарію: подієвому маркетингу повинен передувати маркетинг цифровий.

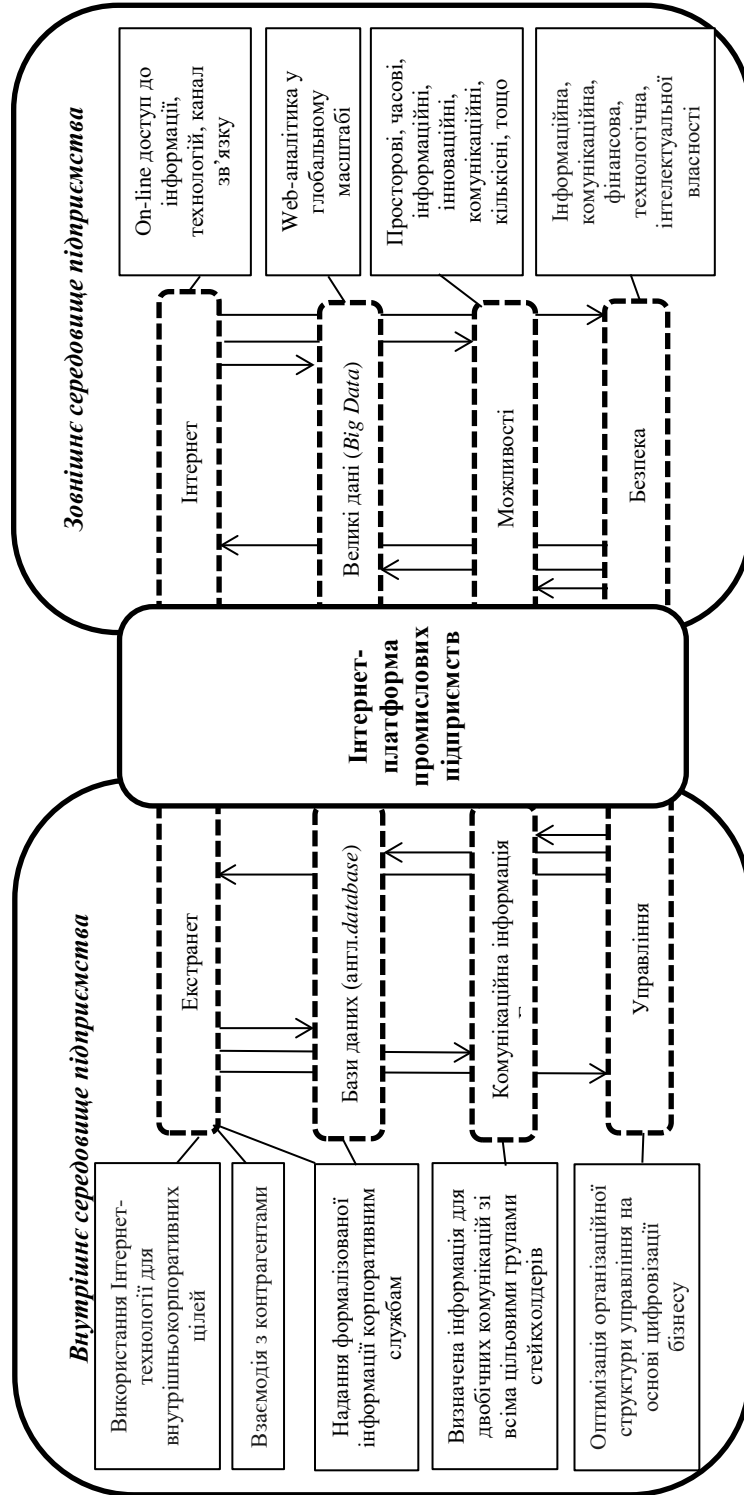


Рис. 1 Структурна схема бізнес-процесів промислового підприємства при застосуванні інтернет-платформи

Основою управління комунікаційними платформами і маркетинговими комунікаціями є поведінкова економіка в сенсі її психологічної структури споживчої поведінки [4].

Структурна схема бізнес-процесів промислового підприємства при застосуванні інтернет-платформи подана на рис. 1. Використання промисловими підприємствами інтернет-платформ спрямоване, з одного боку, на становлення взаємовигідних комунікацій з стейкхолдерами, а з іншого – на узгодження внутрішніх бізнес-процесів суб'єкта господарювання з зовнішніми можливостями та загрозами.

**Висновки.** Таким чином, інтернет-платформи мають широкі можливості і перспективи для застосування вітчизняними промисловими підприємствами. Їх впровадження завдяки високому технічному рівню здатне значно прискорити швидкість логістичних операцій, підвищити ефективність діяльності (комунікаційної, логістичної, інноваційної, інвестиційної тощо), покращити її якість (завдяки кастомізації), реалізувати унікальні можливості післяпродажного сервісного обслуговування для різних ринків, різних цільових груп споживачів тощо.

#### Література

1. *Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою* / В. Фіщук та ін. *Український інститут майбутнього* : веб-сайт. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoju.html> (дата звернення: 09.12.2019).
2. *Вебер Л.* Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Твиттер и другие инструменты продвижения в сети. Изд-во: Манн, Иванов и Фербер. 2010. 320 с. URL: <http://www.management.com.ua/marketing/mark201.html> (дата звернення: 09.12.2019).
3. *Нильсен Р. К.* Влада інтернет-платформ. URL: <https://ua.ejo-online.eu/4111/tsyfrovi-media/vlada-internet-platform> (дата звернення: 09.12.2019).
4. *Григорьев Н. Ю., Шаройко Ф. В.* Управление коммуникационными платформами как способ продвижения бренда. *Экономика: вчера, сегодня, завтра.* 2019. Т. 9. № 6А. С. 202–211. URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/24-grigorev-sharoiko.pdf> (дата звернення: 09.12.2019).
5. *Мальцева, О. П.* Коммуникационные интернет-платформы как инструмент маркетинга *Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы.* 2012. №2 (4). С. 32–41. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnye-internet-platformy-kak-instrument-marketinga/viewer> (дата звернення: 09.12.2019).
6. *Національна платформа малого та середнього бізнесу:* веб-сайт. URL: <https://platforma-msb.org/> (дата звернення: 09.12.2019).
7. *В Україні запустили інтернет-платформу, що сприятиме розвитку бізнесу.* *Укрінформ: мультимедійна платформа інформовлення України.* URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2537320-v-ukraini-zapuctili-internetplatformu-so-spriatime-rozvitku-biznesu.html> (дата звернення: 09.12.2019).
8. *Платформа промислових підприємств Львівської області.* URL: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1\\_T-emjvzasbDBq3JoXV4854wNBKIR3sibwxPTdb25i8/edit#gid=282356558](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_T-emjvzasbDBq3JoXV4854wNBKIR3sibwxPTdb25i8/edit#gid=282356558) (дата звернення: 09.12.2019).
9. *Торговая* інтернет-платформа. Инвестиционные предложения: инвестиционные проекты, стартапы, продажа готового бизнеса. *Inventure: веб-сайт.* URL: <https://inventure.com.ua/investments/torgovaya-internet-plaftorma-ukrbiznes> (дата звернення: 09.12.2019).
10. *Наказ* МОН України Про затвердження Регламенту роботи Національного репозитарію академічних текстів від 04.07.2018 р. № 707 // *Веб-сайт Верховної Ради України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0858-18/ed20180704#n21> (дата звернення: 09.12.2019).

Отримано 11.12.2019 р.

**Интернет-платформа как основа эффективного продвижения продукции  
промышленных предприятий**

**АННА АЛЕКСАНДРОВНА ДЕРИКОЛЕНКО\***

*\*младший научный сотрудник кафедры экономики, предпринимательства и  
бизнес-администрирования Сумского государственного университета,  
ул. Р.-Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина,  
тел.: 00-380-542-332223, e-mail: annysumy@ukr.net*

В статье уточнено определение интернет-платформы. Определены основные рынки, где использование интернет-платформ было бы наиболее целесообразным. Проанализировано существующее определение интернет-платформ и предложено авторское видение, которое основано на проведенных исследованиях. Выделены основные характеристики интернет-платформы для продвижения товаров промышленного назначения. Отмечено, что в современном мире цифровых технологий интернет-платформы имеют широкие возможности и перспективы для применения отечественными промышленными предприятиями. Основная цель существования интернет-платформ – помощь предприятиям, цель которых – выход на мировые рынки. Их внедрение благодаря высокому техническому уровню способно значительно увеличить скорость логистических операций, повысить эффективность деятельности (коммуникационной, логистической, инновационной, инвестиционной и т.д.), улучшить ее качество (благодаря кастомизации), реализовать уникальные возможности послепродажного сервисного обслуживания для различных рынков, различных целевых групп потребителей и т.п. Использование промышленными предприятиями интернет-платформ направлено, с одной стороны, на установление взаимовыгодных связей со стейкхолдерами, а с другой – на согласование внутренних бизнес-процессов предприятия с внешними возможностями и угрозами. Автором сформулированы основные особенности создания и применения интернет-платформ для продвижения промышленной продукции, определены бизнес-процессы промышленного предприятия при применении интернет-платформы. Отдельно предложена структурная схема бизнес-процессов промышленного предприятия при использовании интернет-платформы.

*Ключевые слова:* интернет-платформа, бизнес-процесс, инструментарий, промышленное предприятие.

*Mechanism of Economic Regulation, 2020, No 1, 116–123  
ISSN 1726–8699 (print)*

**Internet Platform as the Basis for Industrial Products Effective Promotion**

**ANNA O. DERYKOLENKO\***

*\*Junior researcher of the Department of Economics, Entrepreneurship and Business Administration,  
Sumy State University,  
R.-Korsakova Str., 2, Sumy, 40007, Ukraine,  
phone: 00-380-542-332223, e-mail: annysumy@ukr.net*

*Manuscript received 11 December 2019*

The article clarifies the definition of an Internet platform. The main markets are identified where the use of Internet platforms would be most appropriate. The existing definition of Internet platforms is analyzed and the author's vision is proposed, which is based on the research. The main characteristics of the Internet platform for the promotion of industrial goods are highlighted. It is noted that in the modern

world of digital technologies, Internet platforms have wide opportunities and prospects for application by domestic industrial enterprises. The main purpose of the existence of Internet platforms is to help enterprises whose goal is to enter global markets. Due to the high technical level, their implementation can significantly increase the speed of logistics operations, increase the efficiency of activities (communication, logistics, innovation, investment, etc.), improve its quality (thanks to customization), realize unique after-sales service opportunities for various markets, various target consumer groups, etc. The use of Internet platforms by industrial enterprises is, on the one hand, aimed at establishing mutually beneficial relations with stakeholders, and on the other, at coordinating the company's internal business processes with external capabilities and threats. The author formulated the main features of the creation and use of Internet platforms for the promotion of industrial products, identified the business processes of an industrial enterprise when using an Internet platform. Separately, a structural diagram of the business processes of an industrial enterprise using the Internet platform is proposed.

*Keywords:* Internet platform, business process, tools, industrial enterprise.

*JEL Code:* O10, O14

Figures: 1; References: 10

*Language of the article:* Ukrainian

#### References

1. Fishchuk, V., Matiushko, V., Cherniev, Ye., Yurchak, O., Lavryk, Ya. & Amelin, A. (2019). *Ukraine 2030E – a country with a developed digital economy*. Ukrainian Institute of the Future: website. Retrieved from <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> [in Ukrainian].
2. Weber, L. (2009). *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
3. Nielsen, R. K. (2019). *The Power of Platforms*. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/lecture-power-platforms>.
4. Grigor`ev, N. Yu. & Sharoiko, F. V. (2019). Management of communication platforms as a way of brands promoting. *Economics: Yesterday, Today and Tomorrow*, Vol. 9, 6A, 202–211. Retrieved from <http://publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/24-grigorev-sharoiko.pdf> [in Russian].
5. Maltseva, O. P. (2012). Internet communication platforms as a marketing tool. *Almanakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovaniy reklamy (Almanac of Theoretical and Applied Advertising Research)*, 2(4), 32–41. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsionnye-internet-platformy-kak-instrument-marketinga/viewer> [in Russian].
6. National platform for small and medium business. Retrieved from <https://platforma-msb.org/> [in Ukrainian].
7. Ukrinform: Ukrainian multimedia platform for broadcasting (2018). *In Ukraine was launched an Internet platform that will promote business development*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2537320-v-ukraini-zapuctili-internetplatformu-so-spriatime-rozvitku-biznesu.html> [in Ukrainian].
8. Platform of industrial enterprises of Lviv region. Retrieved from [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1\\_T-emjvzasbDBq3JoXV4854wNBKIR3sibwxPTdb25i8/edit#gid=282356558](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_T-emjvzasbDBq3JoXV4854wNBKIR3sibwxPTdb25i8/edit#gid=282356558) [in Ukrainian].
9. Inventure. (2017). *Internet trading platform. Investment proposals: investment projects, startups, sale of ready-made business*. Retrieved from <https://inventure.com.ua/investments/torgovaya-internet-plaftorma-ukrbiznes> [in Russian].
10. Nakaz Ministerstva osvity ta nauky Ukrainy Pro zatverdzhennia rehlamentu roboty natsionalnoho repozytariiu akademichnykh tekstiv vid 04.07.2018 № 707. (Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine About Approval of the Regulations of the National Repository of Academic Texts from 04.07.2018 № 707). (2018). *Verkhovna Rada of Ukraine*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0858-18/ed20180704#n21> [in Ukrainian].