
УДК 334.716:65.012.45

Орлик Оксана Володимирівна
к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій,
Одеський національний економічний університет (Україна)

**ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

***JEL classification:* L860; M210**

Сьогодні одним з найважливіших завдань вітчизняних підприємств є впровадження у свою діяльність сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), які відіграють важливу роль

у забезпеченні їх економічної безпеки, високої економічної результативності та конкурентоспроможності на основі широкого використання можливостей мережі Інтернет.

Тенденцією сучасності є збільшення інтернет-користувачів не тільки у світі, але й в Україні. Так, за даними звіту «Digital 2021: Ukraine» [1] міжнародного агентства «We Are Social», на січень 2021 р. кількість інтернет-користувачів в Україні становила 29,47 млн. осіб (67,6% від загальної чисельності населення), соціальними мережами користуються 25,7 млн. (58,9% від загальної чисельності населення), а мобільних зв'язків зафіксовано 60,78 млн. (139,4% від загальної чисельності населення, оскільки у багатьох людей є більше одного засобу мобільного зв'язку).

Враховуючи тенденції до активного використання мережі Інтернет, підприємства все активніше використовують у своїй діяльності сучасні ІКТ середовища Інтернет.

За даними Державної служби статистики України [2] у 2019 р. кількість вітчизняних підприємств, які використовували комп'ютери у своїй діяльності, становила 44532 од., або 87,9% від загальної кількості підприємств, а кількість підприємств з доступом до мережі Інтернет – 43785 од., або 86,4% від загальної кількості підприємств. Кількість таких підприємств збільшилася відповідно на 10,4% та 10,6%, порівняно з 2017 р.

Аналіз даних щодо напрямів використання мережі Інтернет підприємствами показав, що упродовж 2017–2019 рр. підприємства переважно використовували мережу для: надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою (98,4–98,8%); здійснення банківських операцій (96,6–97,6%); отримання інформації про товари та послуги (87,6–89,2%); отримання інформації від органів державної влади (79,8–81,5%); здійснення операцій з органами державної влади (за винятком отримання інформації) (50,9–53,4%); користування миттєвим обміном повідомленнями та електронною дошкою оголошень (47,3–49,5%); доступу до інших фінансових послуг (39,2–41,4%); здійснення телефонних дзвінків за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференцій (30,4–33,0%).

Кількість підприємств, які мали діючий у мережі Інтернет вебсайт, становила у 2019 р. 17856 од. проти 16240 од. у 2017 р., що на 9,95% більше. Це більше третини (35,2%) від загальної кількості підприємств. Дані у розрізі видів економічної діяльності свідчать, що протягом 2017–2019 рр. найбільша кількість таких підприємств спостерігається у переробній промисловості (30,0–30,2%), оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів (26,2–26,3%), а найменша, серед підприємств постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (1,7–1,8%), водопостачання, каналізації, поводження з відходами (1,6–1,7%), з ремонту комп'ютерів і обладнання зв'язку (0,2%).

Щодо напрямів використання вебсайтів підприємствами, то за даними 2019 р. вони забезпечували такі можливості надання інтерактивних послуг, як: обслуговування клієнтів – 47,4% підприємств, які мали вебсайт (45,8% у 2017 р.); електронне посилання на профілі підприємства в соціальних медіа – 46,8% (відповідно 42,2% у 2017 р.); оголошення про відкриті вакансії або подання заяви на заміщення вакантних посад у режимі онлайн – 29,4% (відповідно 28,2%); можливість замовлення товарів та послуг у режимі онлайн – 28,9% (відповідно 27,4%); персоналізований уміст (контент) вебсайту для постійних клієнтів – 26,0% (відповідно 24,7%); відстеження або перевірка статусу розміщених замовлень – 25,5% (відповідно 24,6%); постачання продукції (товарів, послуг) у режимі онлайн – 17,4% (відповідно 17,1%); навчання персоналу – 11,0% (відповідно 9,8% у 2017 р.). Як бачимо з наведених даних, збільшення показників простежувалося упродовж 2017–2019 рр.

Соціальні медіа все активніше включаються у діяльність вітчизняних підприємств, про що свідчать такі статистичні дані. У 2019 р. кількість підприємств, які використовували соціальні медіа у своїй діяльності становила: соціальні мережі – 13021 од. (збільшення на 23,3%, порівняно з даними за 2017 р.); вебсайти з мультимедійним умістом – 6475 од. (збільшення на 21,9%); засоби обміну знаннями – 5786 од. (збільшення на 14,1%); блоги чи мікроблоги підприємства – 3664 од. (збільшення на 25,9%).

Проаналізувавши дані за 2017–2019 рр. щодо мети використання соціальних медіа підприємствами країни, можна зробити висновок, що у 2019 р. переважно соціальні медіа використовувалися для: представлення підприємства або рекламування його роботи (товарів, послуг) у мережі (11927 од., збільшення на 25,9%, порівняно з даними за 2017 р.); співпраці з діловими партнерами або іншими організаціями (8872 од., збільшення на 20,9%); отримання відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання (8772 од., збільшення на 27,7%); наймання працівників (6717 од., збільшення на 30,9%); обміну поглядами, думками або знаннями

усередині підприємства (5836 од., збільшення на 26,5%); залучення клієнтів у розвиток або інновацію товарів та послуг (5511 од., збільшення на 25,6%).

Однією з сучасних тенденцій є використання підприємствами хмарних технологій. У 2019 р. кількість підприємств, які купували послуги хмарних обчислень, збільшилася на 25,9%, порівняно з 2017 р., і становила 5207 од. Підприємства переважно використовували такі види хмарних обчислень: офісне програмне забезпечення – 47,0% (2445 од., збільшення на 26,6%); хостинг бази даних підприємства – 39,2% (2042 од., збільшення на 40,9%); сервіс для зберігання файлів – 41,1% (2139 од., збільшення на 47,8%); фінансові або бухгалтерські прикладні програми – 57,8% (3010 од., збільшення на 24,7%); програми для управління взаємовідносинами з клієнтами – 27,9% (1453 од., збільшення на 38,4%); комп'ютерна потужність для функціонування програмного забезпечення підприємства – 33,8% (1761 од., збільшення на 31,3%).

Динамічно розвивається і таке явище, як e-commerce (електронна торгівля, електронна комерція). Дані за 2017–2019 рр. показали, що кількість вітчизняних підприємств, які здійснювали закупівлі товарів або послуг через мережу Інтернет (за винятком замовлень, надісланих електронною поштою), збільшилася на 24,5% і становила у 2019 р. 10169 од. проти 8168 од. у 2017 р.; а кількість підприємств, що отримували замовлення через мережу Інтернет на продаж товарів або послуг (за винятком замовлень, отриманих електронною поштою), навпаки, зменшилася на 6,0% і становила у 2019 р. 2440 од. проти 2596 од. у 2017 р.

Сучасні технології дають підприємствам можливість фіксувати й аналізувати величезні масиви і потоки інформації, виявляти приховані закономірності. Дані за 2017–2019 рр. показали, що аналіз «великих даних» підприємства проводили за декількома джерелами «великих даних», зокрема: дані, отримані зі смарт-пристроїв або датчиків (2896 од. у 2019 р., зменшення на 9,3%, порівняно з 2017 р.); геолокаційні дані, отримані із портативних пристроїв (1874 од., збільшення на 18,3%); дані, сформовані із соціальних медіа (1658 од., що відповідає рівню 2017 р.); інші джерела (2852 од., зменшення на 25,2%).

Проведений аналіз підтверджує зростання ролі ІКТ у розвитку українського бізнесу. Підсумовуючи вищевикладений матеріал, зазначимо, що одним з ключових трендів роботи підприємств є все більша орієнтація на сучасні ІКТ середовища Інтернет, які стали очевидною рушійною силою розвитку бізнесу з позицій підвищення економічної безпеки, ефективності діяльності та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Література

1. *Digital 2021 : Ukraine / DataReportal* : website. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-ukraine> (access date: 21.04.2021).
2. *Державна служба статистики України* : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 22.04.2021).