

Павла Бречкова, Міхал Карас

## Онлайн-технології та інструменти просування на малих і середніх підприємствах

На сьогоднішній день онлайн-технології є галуззю з найбільш динамічним розвитком у створенні та просуванні продукту. Дослідження зосереджується на їх впровадженні у сегмент малих і середніх підприємств, який є найбільш економічно стабільною складовою будь-якої європейської економіки. Метою статті є визначення та оцінка залежності у сфері використання онлайн-технологій та інструментів просування на малих і середніх підприємствах від віку компанії та орієнтації на експорт. Більшість досліджень малих і середніх підприємств зосереджується на зовнішньому впливі та факторах. У статті відображено внутрішнє середовище підприємств, яке є джерелом новизни дослідження. Гіпотези було перевірено в ході емпіричного дослідження вибірки з 743 респондентів (компаній та підприємців, включаючи сімейний бізнес). Метод дослідження поєднав у собі методи САТІ (телефонне опитування) та CASI (комп'ютерне опитування). Інструментом дослідження є структуроване опитування. Для аналізу результатів опитування було використано критерій хі-квадрат. Ключовим висновком є підтвердження залежності використання онлайн-інструментів для створення і просування від орієнтації компаній на експорт. Компанії, які працюють на іноземних ринках, використовують більш широкий ряд онлайн-інструментів для свого бізнесу, ніж компанії, які орієнтуються на внутрішній ринок. З іншого боку не було підтверджено можливих значних відмінностей у використанні онлайн-інструментів між молодими компаніями та компаніями, які вже давно працюють на ринку.

**Ключові слова:** підприємства, онлайн-просування, експорт, сімейний бізнес

**Класифікація JEL:** M10, O00, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

---

Павла Бречкова, Міхал Карас

## Онлайн-технологии и инструменты продвижения на малых и средних предприятиях

На сегодняшний день онлайн-технологии являются отраслью с наиболее динамичным развитием в создании и продвижении продукта. Исследование сосредотачивается на их внедрении в сегмент малых и средних предприятий, который является наиболее экономически стабильной составляющей любой европейской экономики. Целью статьи является определение и оценка зависимости в сфере использования онлайн-технологий и инструментов продвижения на малых и средних предприятиях от возраста компании и ориентации на экспорт. Большинство исследований малых и средних предприятий сосредотачивается на внешнем воздействии и факторах. В статье отражена внутренняя среда предприятий, которая является источником новизны исследования. Гипотезы были проверены в ходе эмпирического исследования выборки из 743 респондентов (компаний и предпринимателей, включая семейный бизнес). Метод исследования соединил в себе методы САТІ (телефонный опрос) и CASI (компьютерный опрос). Инструментом исследования является структурированный опрос. Для анализа результатов опроса был использован критерий хи-квадрат. Ключевым выводом является подтверждение зависимости использования онлайн-инструментов для создания и продвижения от ориентации компаний на экспорт. Компании, которые работают на иностранных рынках, используют более широкий ряд онлайн-инструментов для своего бизнеса, чем компании, которые ориентируются на внутренний рынок. С другой стороны не было подтверждено возможных значительных различий в использовании онлайн-инструментов между молодыми компаниями и компаниями, которые уже давно работают на рынке.

**Ключевые слова:** предприятия, онлайн-продвижение, экспорт, семейный бизнес

**Классификация JEL:** M10, O00, M31



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), что позволяет неограниченное повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.