

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему:

Удосконалення управління бізнес-процесами підприємства
(тема кваліфікаційної роботи)

Виконав: студент IV курсу, групи МТ-21
спеціальності: 073 «Менеджмент»
(ОП «Торговельний менеджмент»)
(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

_____/ Володимир АРТЬОМОВ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник _____/Тетяна ОБИДЄННОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензент _____/ Ігор ЧОБИТОК
(підпис) (ім'я та прізвище)

«До захисту допущено»

В.о. завідувача кафедри _____/Вікторія ЧОБИТОК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Перевірка на антиплагіат _____/Сергій ГОДУНОВ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Секретар ЕК _____/ Ірина БЛУДОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Харків – 2025 рік

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Торговельний менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., проф.
Вікторія ЧОБИТОК

_____ (підпис)

«24» лютого 2025 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу (дипломну роботу)
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
здобувачу Володимиру АРТЬОМОВУ

1. Тема: «Удосконалення управління бізнес-процесами підприємства» затверджена наказом по навчально-науковому інституту № 4801-5/925 від «11» квітня 2025 р.
2. Термін здачі закінченої роботи: «10» травня 2025 р.
3. Вихідні дані до роботи: Закони України, Митний кодекс України, Постанови Верховної Ради, Постанови Кабінету Міністрів, національні стандарти України, теоретичні та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів за темою роботи, періодичні видання, статистичні дані.
4. Зміст роботи (перелік питань, які належить розробити): 1. Концептуальні підходи до вдосконалення управління основними бізнес-процесами в сучасних підприємствах. 2. Дослідження діючої моделі управління ключовими бізнес-процесами ФОП «Муратов». 3. Розроблення системи заходів для покращення управління основними бізнес-процесами підприємства.
5. Перелік графічного матеріалу (презентаційний матеріал): 1. Мета, завдання, об'єкт, предмет та методи дослідження роботи. 2. Принципи Lean-підходів для ефективного управління бізнес-процесами. 3. Організаційна структура ФОП «Муратов». 4. Переваги впровадження ERP-системи для управління бізнесом. 5. Аналіз використання трудових ресурсів підприємства. 6. Рейтинг платформ соціальних мереж в 2024 р. в Україні, %. 7. Структура семінару з формування корпоративної культури. 8. Етапи розробки та впровадження семінару з формування корпоративної культури

6. Консультант:

Розділ	Консультант	Підпис, дата		Оцінка (бали)
		Завдання видав	Завдання прийняв	
	не передбачено			

7. Дата видачі завдання: «24» лютого 2025 р.

Керівник: _____ Тетяна ОБИДЕННОВА
(підпис)

Завдання прийняв до виконання: _____ Володимир АРТЬОМОВ
(підпис)

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК
виконання кваліфікаційної роботи
(дипломної роботи)**

№ з/п	Назва етапів роботи та питань, які мають бути розроблені відповідно до завдання	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1	Систематизація матеріалів про діяльність об'єкту дослідження	24.02.2025 р.	
2	Вивчення теоретичного матеріалу, написання першого розділу роботи	10.03.2025 р.	
3	Аналіз діяльності об'єкту дослідження, написання другого розділу	24.03.2025 р.	
4	Розробка та написання рекомендаційної частини роботи	14.04.2025 р.	
5	Завершення вступу та висновків, формування анотації, впорядкування списку літератури	28.04.2025 р.	
6	Перевірка на антиплагіат	05.05.2025 р.	
7	Оформлення дипломної роботи та представлення її на кафедрі	10.05.2025 р.	

Здобувач _____ Володимир АРТЬОМОВ
(підпис)

Перевірка на антиплагіат _____ Сергій ГОДУНОВ
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Тема «Удосконалення управління ключовими бізнес-процесами підприємства»

Дипломна робота: 87 с, 6 рис., 7 табл., 53 літературних джерел, 1 додаток.

Метою дипломної роботи є розроблення практичних рекомендацій з удосконалення управління бізнес-процесами підприємства.

Об'єкт дослідження – процес удосконалення управління ключовими бізнес-процесами підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і прикладних підходів щодо удосконалення управління ключовими бізнес-процесами підприємства.

Методи дослідження – графічний метод, метод формалізації, метод аналізу та синтезу, системний аналіз, метод систематизації та узагальнення, системно-структурний метод.

Дипломне дослідження зосереджено на аналізі теоретичних основ та сучасних трендів у сфері управління ключовими бізнес-процесами підприємства й оцінці їхнього внеску в підвищення загальної ефективності його функціонування. В роботі розглянуто концептуальні підходи до вдосконалення управління основними бізнес-процесами в сучасних підприємствах; досліджена діюча модель управління ключовими бізнес-процесами ФОП «Муратов»; розроблено систему заходів для покращення управління основними бізнес-процесами підприємства

Ключові слова: управління бізнес-процесами, процес управління, ефективність, оптимізація, організація, оптимізація процесів, стратегічне управління.

ABSTRACT

Topic "Improving the management of key business processes of an enterprise"

Thesis: 87 p, 6 fig., 7 tab., 53 references, 1 appendix

The purpose of the thesis is to develop practical recommendations for improving the management of business processes of an enterprise.

The object of the study is the process of improving the management of key business processes of an enterprise.

The subject of the study is a set of theoretical, methodological and applied approaches to improving the management of key business processes of an enterprise.

Research methods are a graphic method, a formalization method, a method of analysis and synthesis, a system analysis, a method of systematization and generalization, a system-structural method.

The thesis focuses on the analysis of theoretical foundations and modern trends in the field of managing key business processes of an enterprise and assessing their contribution to increasing the overall efficiency of its functioning. The paper considers conceptual approaches to improving the management of key business processes in modern enterprises; The current model of key business process management of the Muratov individual entrepreneur was studied; a system of measures was developed to improve the management of the enterprise's key business processes.

Keywords: business process management, process management, efficiency, optimization, organization, process optimization, strategic management.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	10
1.1 Оцінка ефективності реалізованих стратегій управління бізнес- процесами.....	10
1.2 Оптимізаційні стратегії управління основними бізнес-процесами підприємства.....	20
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЮЧОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ КЛЮЧОВИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ФОП «МУРАТОВ».....	31
2.1 Загальна характеристика підприємства та особливості його організаційної структури управління.....	31
2.2 Аналіз використання трудових ресурсів підприємства.....	38
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ЗАХОДІВ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ БІЗНЕС- ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	52
3.1 Запуск реклами в Instagram для розширення онлайн-присутності	52
3.2 Розроблення та впровадження семінару з корпоративної культури: як метод удосконалення внутрішньої взаємодії.....	63
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	76
ДОДАТКИ.....	82

ВСТУП

Сучасні підприємства функціонують в умовах високої турбулентності зовнішнього середовища, що супроводжується підвищенням конкуренції, ускладненням логістичних і виробничих ланцюгів, зміною споживчих уподобань та посиленням вимог до якості й оперативності управлінських рішень. У таких умовах виникає нагальна потреба у переосмисленні підходів до управління ключовими бізнес-процесами як основи підвищення адаптивності та інноваційної спроможності підприємства. Актуальність обраної теми дослідження зумовлена трансформаційними процесами, що відбуваються в глобальному економічному просторі під впливом стрімкого технологічного прогресу та зростаючих темпів глобалізації.

Ефективне управління бізнес-процесами набуває стратегічного значення, оскільки дозволяє забезпечити баланс між стабільністю операційної діяльності та гнучкістю в умовах змін. Зокрема, оптимізація процесів, впровадження цифрових рішень, автоматизація та використання сучасних інформаційних систем сприяють підвищенню продуктивності, зниженню транзакційних витрат та забезпеченню своєчасного реагування на зовнішні виклики. Таким чином, дослідження механізмів удосконалення управління ключовими бізнес-процесами має як теоретичну, так і практичну значущість.

Крім того, у світлі постійного зростання обсягів інформації та необхідності її оперативної обробки, особливої актуальності набувають інструменти аналітики, прогнозування та моделювання бізнес-процесів. Це відкриває нові можливості для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та формування стратегій довгострокового розвитку. Підприємства, що здатні системно аналізувати, удосконалювати та адаптувати свої бізнес-процеси, отримують суттєві конкурентні переваги, зберігаючи свою стійкість на ринку в умовах глобальних змін.

Вибір теми обумовлений комплексом факторів, що визначають її наукову новизну, прикладну значущість та міждисциплінарний потенціал у межах сучасної економіки, менеджменту та цифрових технологій.

ФОП «Муратов» розпочало свою діяльність у 2015 році в місті. Основний напрямок роботи ФОП – роздрібна торгівля. Така модель бізнесу дозволяє ефективно працювати з клієнтами по всій території України, даючи змогу кожному замовляти необхідні товари й отримувати їх безпосередньо за вказаною адресою.

Головним завданням діяльності ФОП є забезпечення раціонального управління бізнес-процесами, створення додаткових робочих місць та досягнення стабільного фінансового результату. Одночасно ФОП сприяє соціально-економічному становленню свого колективу, підтримує благодійні проекти та виконує державні замовлення у повній відповідності до чинного законодавства.

Теоретичну й інформаційну базу дослідження становлять нормативно-правові акти, аналітика та статистика, що публікуються Державною службою статистики України, а також результати монографій і наукових робіт українських та зарубіжних фахівців з економіки й управління підприємствами. Значну роль відіграють матеріали фахових періодичних видань і актуальні дані з Інтернет-ресурсів, які дозволяють відслідковувати сучасні тенденції вітчизняного та світового економічного розвитку.

Методологічну основу дипломної роботи складають українські нормативні документи – Закони, укази Президента й постанови Кабінету Міністрів – а також дослідження вітчизняних і зарубіжних фахівців, присвячені формуванню корпоративного іміджу та застосуванню передових PR-технологій. Інноваційним внеском цього дослідження є розробка теоретичних положень та практичних заходів, що підвищують ефективність управління бізнес-процесами підприємства. Практична значущість роботи полягає в обґрунтуванні науково зважених підходів до удосконалення управління бізнес-процесами підприємства.

Основні положення дипломного дослідження було успішно впроваджено в діяльність ФОП «Муратов», що підтверджує їхню практичну ефективність і актуальність.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

1.1 Оцінка ефективності реалізованих стратегій управління бізнес-процесами

У сучасних умовах трансформації економіки та цифровізації підприємницького середовища, управління ключовими бізнес-процесами набуває нових форм і підходів. Значна кількість методологічних концепцій у цій сфері зумовлена необхідністю адаптації управлінських рішень до різноманітних структур, масштабів і стратегічних цілей підприємств. Вибір конкретного підходу до організації бізнес-процесів має базуватись на комплексному врахуванні зовнішніх та внутрішніх факторів діяльності підприємства. Різні підходи відрізняються як за ступенем інтеграції інформаційних технологій, так і за рівнем управлінської гнучкості, що вони забезпечують. Оволодіння теоретичними засадами кожного підходу дозволяє керівництву підприємств забезпечити стратегічну відповідність між цілями розвитку та операційною діяльністю.

Однією з інноваційних концепцій є модель "Бізнес-процеси як послуги" (BPaaS), яка базується на впровадженні хмарних технологій для забезпечення виконання функціональних операцій у вигляді сервісів. Такий підхід дозволяє суттєво скоротити витрати на інфраструктуру, зменшити навантаження на внутрішні ресурси та підвищити адаптивність підприємства до змін у зовнішньому середовищі [1]. Його застосування сприяє прискоренню трансформаційних процесів та спрощує масштабування бізнес-діяльності.

Значну популярність також здобула концепція управління бізнес-процесами (Business Process Management, BPM), яка орієнтована на структуроване моделювання, оптимізацію та моніторинг ключових процесів.

В її основі лежить аналітичне мислення, що дозволяє системно ідентифікувати "вузькі місця" у діяльності підприємства та впроваджувати дієві заходи з покращення операційної ефективності. Крім того, BPM забезпечує високий рівень автоматизації та прозорості виконання процесів, що є особливо важливим в умовах багаторівневого управління.

Не менш значущим є інтегрований підхід до управління бізнес-процесами, який поєднує переваги різних теорій і практик управління, включаючи інформаційні технології, методи операційного менеджменту та стратегічного планування. Такий підхід є доцільним для складних організаційних структур, де потрібна узгодженість між різними підрозділами та високий рівень координації [2]. Його застосування сприяє досягненню синергії в межах організаційного середовища.

Кінцевий вибір підходу до управління ключовими бізнес-процесами має ґрунтуватися на ретельному аналізі відповідності між особливостями конкретного підприємства та перевагами обраної моделі. Стратегічна відповідність та цільова орієнтація управлінських рішень є критично важливими для досягнення довгострокової ефективності й забезпечення конкурентоспроможності.

Комплексний аналіз існуючих стратегій управління ключовими бізнес-процесами виступає важливим інструментом для формування ефективної управлінської політики підприємства. Його результати дозволяють приймати обґрунтовані рішення щодо вибору оптимального підходу, що найбільшою мірою відповідає стратегічним завданням суб'єкта господарювання [3].

1. Ідентифікація множинності варіантів. У процесі дослідження сучасних стратегій управління відкривається широкий діапазон можливостей, що дозволяє підприємству не лише оцінити існуючі концепції, а й гнучко адаптувати їх відповідно до своїх операційних і стратегічних потреб.

2. Узгодження з місією та довгостроковими орієнтирами. Вибір певної управлінської стратегії повинен спиратися на узгодженість із загальнокорпоративною місією, баченням і цільовими настановами.

Аналітична оцінка забезпечує виявлення стратегій, які гармонійно поєднуються із напрямками розвитку підприємства.

3. Комплексна оцінка сильних і слабких сторін. Методичний аналіз дозволяє виявити конкурентні переваги окремих стратегій, а також вчасно виявити можливі ризики та обмеження, що сприяє ухваленню зваженого управлінського рішення.

4. Формування стратегії адаптації до змін. Ознайомлення з багатоваріантністю стратегій підвищує здатність підприємства оперативно реагувати на коливання ринкового середовища, структурні зміни всередині підприємства або зміни у споживчій поведінці.

5. Аналіз витратної складової та доступності ресурсів. У кожній стратегії управління існує свій рівень фінансових, часових та організаційних витрат. Проведення аналізу дозволяє точно оцінити обсяг необхідних ресурсів та перевірити їхню наявність і доцільність залучення.

6. Вибір раціонального та ефективного сценарію. Глибока аналітика сприяє ідентифікації стратегії, яка найкраще відповідає як зовнішньому контексту функціонування підприємства, так і його внутрішнім можливостям, що дозволяє сформулювати оптимальну модель управління.

7. Запобігання нераціональним рішенням. Обґрунтованість вибору стратегії управління ґрунтується на попередньому аналізі, що мінімізує ймовірність допущення помилок, уникнення необґрунтованих витрат і підвищує якість планування змін.

8. Сприяння формуванню професійної компетентності персоналу. Вивчення різних управлінських стратегій може бути ефективним елементом внутрішнього навчання, що підвищує рівень залученості персоналу у процесі управління й формує цілісне розуміння впливу управлінських рішень на результативність підприємства.

9. Посилення ринкових позицій. Успішне впровадження стратегій, які пройшли попередній аналіз, дозволяє підвищити конкурентоспроможність

підприємства за рахунок зростання ефективності бізнес-процесів та адаптивності до змін зовнішнього середовища.

10. Підґрунтя для стратегічного та тактичного планування. Результати аналізу стратегій забезпечують управлінський апарат необхідною інформацією для прийняття рішень на всіх рівнях – від оперативного до стратегічного. Це сприяє цілісному та системному підходу до організації діяльності.

Підсумовуючи зазначене, можна стверджувати, що проведення детального аналізу існуючих стратегій управління ключовими бізнес-процесами є передумовою ефективного функціонування підприємства. Надалі поглиблене дослідження цієї теми дозволить окреслити, як саме різні підходи до управління впливають на динаміку розвитку підприємства та його конкурентну перевагу на ринку.

У сучасному конкурентному середовищі, що характеризується динамікою змін і високим рівнем невизначеності, формування та збереження конкурентної переваги є стратегічним пріоритетом для будь-якого підприємства. Одним із визначальних чинників, що забезпечують цю перевагу, виступає раціональний вибір і результативна реалізація стратегії управління ключовими бізнес-процесами [4].

Аналіз стратегій управління бізнес-процесами є критично важливим етапом у стратегічному розвитку підприємства, оскільки він дозволяє виявити внутрішні бар'єри, приховані резерви ефективності та сформувати підґрунтя для реалізації трансформаційних змін. Його проведення забезпечує комплексне розуміння поточного функціонування підприємства та створює основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

1. Діагностика інфраструктурних обмежень. Аналіз дозволяє ідентифікувати технічні та технологічні бар'єри – наприклад, морально застаріле обладнання або неефективні цифрові платформи, що обмежують продуктивність і перешкоджають інноваційному розвитку.

2. Виявлення втрат і непродуктивних витрат. Аудит бізнес-процесів сприяє виявленню точок надмірного ресурсоспоживання, втрат часу та фінансів, що дозволяє розробити механізми для їх усунення та зниження витратної частини бюджету.

3. Оцінка ефективності внутрішніх комунікацій. Аналітична оцінка дає змогу з'ясувати ступінь прозорості, швидкості та релевантності обміну інформацією всередині організаційної структури, що прямо впливає на узгодженість дій і якість управлінських рішень.

4. Ідентифікація управлінських дисфункцій. Комплексний аналіз дозволяє виявити слабкі ланки в системі стратегічного та операційного управління – зокрема, відсутність чіткого бачення, неефективне делегування або розмиті зони відповідальності.

5. Оцінка ефективності зовнішньої взаємодії. Дослідження рівня взаємовідносин із клієнтами та бізнес-партнерами дає можливість виявити потенціал для поглиблення співпраці, покращення сервісного обслуговування та посилення лояльності.

6. Виявлення зон інноваційного потенціалу. Аналіз дозволяє визначити напрями, де можуть бути застосовані інновації (процесні, продуктові чи організаційні), що сприятиме розвитку підприємства на основі гнучкості та адаптивності.

7. Раціоналізація використання ресурсів. Об'єктивна оцінка наявних ресурсів дозволяє їх ефективно перерозподілити, скоротивши надлишкове навантаження на певні процеси та підвищивши загальну ефективність функціонування.

8. Аналіз конкурентного ландшафту. Зіставлення власних можливостей з ринковими умовами дозволяє виявити стратегічні переваги підприємства та розробити шляхи підвищення конкурентоспроможності.

9. Ідентифікація ризиків і загроз. Поглиблений аналіз бізнес-процесів сприяє виявленню зовнішніх і внутрішніх ризиків, що можуть загрожувати стабільності або сталому розвитку підприємства.

10. Формулювання стратегії подальшого розвитку

На основі результатів аналізу формується стратегічна дорожня карта удосконалення бізнес-процесів, трансформації управлінських підходів і реалізації організаційних змін [5].

Розгляд та аналіз стратегій управління бізнес-процесами є вагомим інструментом у формуванні ефективної моделі функціонування підприємства, оскільки дозволяє не лише глибше усвідомити власні сильні та слабкі сторони, але й чітко визначити, які з наявних управлінських підходів сприяють досягненню сталих конкурентних переваг. Зіставлення різних стратегічних підходів дає змогу підприємству оцінити дієвість тих чи інших інструментів у конкретних умовах, враховуючи галузеві особливості, ресурсну базу, організаційну структуру та стратегічні цілі. Такий підхід дозволяє сфокусуватись на впровадженні саме тих управлінських рішень, які є найбільш релевантними, уникаючи неефективних моделей, що не відповідають специфіці діяльності підприємства.

Результатом глибокого аналізу стратегій є не лише виокремлення потенційно результативних напрямів розвитку, але й оптимізація внутрішніх процесів та ресурсів. Крім того, виявлення несумісних або ризикованих стратегічних підходів дозволяє уникнути витрат часу та зусиль на хибні трансформації. Таким чином, усвідомлення того, які стратегії є оптимальними в контексті конкретного підприємства, створює основу для ефективного впровадження змін та підвищення адаптивності бізнес-процесів до динамічних умов ринку.

Управління бізнес-процесами вимагає комплексного підходу, який поєднує аналіз внутрішнього потенціалу з урахуванням зовнішніх викликів. Внутрішній аналіз орієнтований на глибоке дослідження поточного функціонування підприємства, зокрема оцінку існуючих процесів, організаційної структури, системи управління, корпоративної культури та ресурсного забезпечення. Він дозволяє виявити вузькі місця, які потребують удосконалення або повної трансформації. Зовнішній аналіз, у свою чергу,

охоплює дослідження ринкової ситуації, дій конкурентів, нормативно-правових змін, технологічних інновацій та економічних тенденцій, що дає змогу адаптувати бізнес-процеси до змін у зовнішньому середовищі.

На основі результатів аналізу формуються стратегічні орієнтири розвитку підприємства: визначаються пріоритети, цілі та напрямки оптимізації бізнес-процесів. Далі розробляється детальний план дій, який передбачає розподіл відповідальності між підрозділами, встановлення термінів реалізації та обґрунтоване використання ресурсів. Після впровадження запланованих змін підприємство повинно забезпечити постійний моніторинг реалізації заходів, корекцію у разі виявлення відхилень та безперервне вдосконалення процесів відповідно до нових викликів.

Успішне управління бізнес-процесами також неможливе без системної роботи з управління ризиками. Ідентифікація потенційних загроз, аналіз їхнього впливу на діяльність підприємства та розробка превентивних заходів дозволяють мінімізувати негативні наслідки змін. Важливим фактором ефективності є й постійний розвиток компетенцій персоналу. Підвищення кваліфікації, навчання новим підходам та формування культури адаптивності забезпечують готовність персоналу до роботи в умовах трансформації. Оскільки зміни в бізнес-процесах часто супроводжуються трансформаціями організаційної культури, важливо стимулювати позитивні зміни в управлінському мисленні та поведінкових моделях працівників.

Нарешті, впровадження будь-якої стратегії управління потребує постійного моніторингу результатів та оцінки досягнутої ефективності. Це дозволяє підприємству своєчасно реагувати на зміни, посилювати сильні сторони та усувати виявлені недоліки, забезпечуючи сталий розвиток та підвищення конкурентоспроможності.

Підприємства, що функціонують у різних галузях, значно відрізняються між собою за характером діяльності, структурою та особливостями внутрішнього середовища. Саме тому вибір стратегії управління бізнес-процесами має ґрунтуватися на ретельному аналізі низки ключових чинників.

Передусім необхідно враховувати специфіку галузі, в якій працює підприємство. Кожна сфера – чи то виробництво, фінансовий сектор чи охорона здоров'я – висуває власні вимоги до організації процесів, що зумовлює потребу в індивідуалізованому підході до формування управлінських стратегій. Не менш важливим є масштаб підприємства та його організаційна структура: великі компанії часто потребують складних, централізованих моделей управління, тоді як малі підприємства можуть ефективно функціонувати завдяки більш гнучким та простим рішенням.

Ключовою умовою формування успішної стратегії також виступає орієнтація на запити клієнтів. Очікування споживачів мають бути повністю враховані у підходах до побудови бізнес-процесів, аби забезпечити належну якість продуктів або послуг. Аналіз конкурентного середовища дозволяє визначити, яким чином підприємство може вигідно позиціонувати себе на ринку, використовуючи відмінності у підходах до організації процесів. У свою чергу, дотримання законодавчих вимог і регуляторних стандартів є необхідною умовою забезпечення стабільності функціонування підприємства, особливо в тих секторах, де присутній жорсткий контроль з боку держави.

Суттєвий вплив на вибір управлінських рішень справляють технологічні можливості підприємства: впровадження сучасних інформаційних систем та інноваційних рішень дає змогу підвищити ефективність процесів, скоротити витрати та покращити контроль. Також важливо об'єктивно оцінити доступні ресурси – фінансові, кадрові, технічні – які можна задіяти під час реалізації змін. Урахування цих чинників дає змогу підприємству обрати найбільш доцільну стратегію управління бізнес-процесами, адаптовану до його конкретних потреб, цілей та обставин діяльності.

Комплексне вивчення вже наявних стратегій управління ключовими бізнес-процесами є надзвичайно важливим для формування здатності підприємства ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища. В умовах постійної динаміки, нестабільності ринку та зростання вимог до гнучкості, такий аналіз дозволяє підприємству не лише зміцнити свою

конкурентоспроможність, а й забезпечити довготривалу адаптивність до нових викликів.

Ось кілька ключових способів, які підприємство може збільшити свою адаптивність завдяки аналізу стратегій управління бізнес-процесами (рис 1.1).

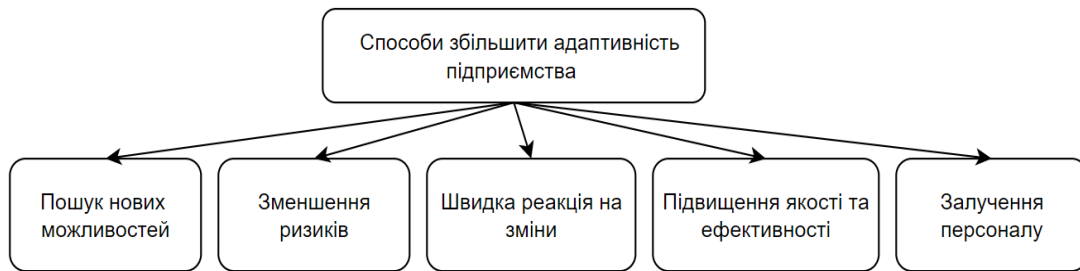


Рис 1.1 Способи збільшити адаптивність підприємства

1. Виявлення нових перспектив: аналіз дозволяє ідентифікувати перспективи для оптимізації бізнес-процесів, зокрема шляхом впровадження сучасних технологій, виходу на нові ринки або встановлення партнерських зв'язків. Постійне прагнення до інновацій та пошуку нетипових рішень дає змогу підприємству залишатися гнучким і відкритим до змін. Це формує основу для стійкого розвитку та забезпечення конкурентної переваги у динамічному середовищі. Більш того, системний підхід до аналізу сприяє швидкому виявленню точок зростання.

2. Управління ризиками: завдяки аналітичному підходу підприємство може своєчасно виявити загрози, які можуть негативно вплинути на реалізацію бізнес-процесів. Це дозволяє розробити ефективні запобіжні заходи та стратегії управління ризиками. Оцінка можливих сценаріїв розвитку подій допомагає уникати втрат і забезпечити стабільність діяльності. Також це підвищує рівень відповідальності в управлінських рішеннях.

3. Гнучкість і адаптація до змін: знання про реальний стан бізнес-процесів і їх слабкі місця сприяє оперативній реакції на зовнішні й внутрішні зміни. За наявності нових викликів або можливостей підприємство здатне

адаптуватися, не втрачаючи ефективності. Це особливо важливо в умовах швидких технологічних або регуляторних змін. Вміння швидко трансформувати процеси стає запорукою виживання на ринку.

4. Оптимізація якості та продуктивності: детальний аналіз підходів до управління бізнес-процесами дозволяє вдосконалити внутрішню діяльність і підвищити рівень результативності. Підприємство має змогу усунути неефективні елементи процесів та налагодити злагоджену взаємодію між структурними підрозділами. Це, у свою чергу, забезпечує підвищення рівня задоволеності клієнтів і дозволяє зменшити витрати. Постійне вдосконалення операцій створює основу для довготривалого успіху.

5. Мотивація та залучення персоналу: аналіз процесів дозволяє залучити працівників до ініціатив з удосконалення діяльності підприємства, що підвищує їхню залученість. Коли персонал бачить, що його внесок враховується, формується атмосфера довіри та співпраці. Це сприяє розвитку корпоративної культури, орієнтованої на результат і інновації. Водночас зростає ініціативність та відповідальність серед працівників.

Аналіз стратегій управління бізнес-процесами виступає ключовим інструментом у періоди трансформацій, дозволяючи підприємству своєчасно реагувати на виклики та ефективно адаптуватися до нових умов [9]. Його застосування підтримує гнучкість підприємства,

Управління ключовими бізнес-процесами не може розглядатися ізольовано від загальної стратегії розвитку підприємства. Їх взаємна інтеграція є критично важливою, оскільки саме ефективність реалізації бізнес-процесів безпосередньо впливає на досягнення стратегічних цілей підприємства. Аналіз є ключовим елементом стратегічного управління, особливо у контексті оцінювання ефективності управління ключовими бізнес-процесами. Комплексний та системний підхід до аналізу і узгодження стратегій управління ключовими бізнес-процесами із загальною стратегією підприємства створює умови для його стабільного розвитку, адаптивності до змін та досягнення довгострокових конкурентних переваг.

1.2 Оптимізаційні стратегії управління основними бізнес-процесами підприємства

Оптимізація бізнес-процесів відіграє ключову роль у формуванні ефективної системи управління підприємством, оскільки дозволяє не лише покращити внутрішні процедури, але й сприяє досягненню стратегічних результатів. Завдяки цілеспрямованому вдосконаленню операційної діяльності, підприємство отримує змогу підвищити свою ринкову стійкість, скоротити витрати, підвищити якість продукції й послуг, а також раціоналізувати використання ресурсів [12].

Роль оптимізації важко применшити, адже її результати безпосередньо впливають на фінансові показники підприємства та його конкурентні позиції. Через системне удосконалення процесів вдається досягти економії витрат, підвищити ефективність праці персоналу та оптимізувати управління матеріальними, фінансовими й інформаційними потоками.

Одним з основних наслідків ефективної оптимізації є зниження операційних витрат. Усунення дублюючих або зайвих етапів у процесах дозволяє не лише заощадити час, а й зменшити навантаження на ресурси. Водночас впровадження автоматизованих рішень забезпечує підвищення точності виконання завдань і зменшує ризик людських помилок [13].

Ще однією значущою перевагою є зростання якості продукції й послуг. Завдяки стандартизації операцій, впровадженню сучасних методів контролю та системного аналізу, підприємство може гарантувати стабільний рівень якості. Це, у свою чергу, підвищує довіру клієнтів і дозволяє створювати довгострокові конкурентні переваги.

Ефективне управління бізнес-процесами неможливе без глибокого аналізу як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Побудова моделей поточних процесів дозволяє ідентифікувати слабкі місця та знайти точки для

втручання. У цьому контексті дієвими інструментами є концепції ощадливого виробництва, зокрема підходи Lean та Lean Six Sigma (рис. 1.2), які орієнтовані на усунення втрат, зменшення варіативності й підвищення загальної ефективності діяльності.



Рис 1.2 Принципи Lean-підходів

Автоматизація бізнес-процесів є важливим напрямом удосконалення операційної діяльності підприємства. Впровадження автоматизованих систем здатне значно спростити та прискорити виконання рутинних завдань, зменшити кількість помилок і тим самим підвищити загальну продуктивність. Крім того, використання систем управління якістю, таких як ISO 9001, сприяє забезпеченню стабільно високого рівня якості продукції та послуг, що є важливим аспектом для підтримки конкурентних переваг.

Оптимізація бізнес-процесів загалом є невід'ємною частиною стратегічного управління підприємством, яка дозволяє покращити різні аспекти його діяльності. Використання ефективних методів і інструментів оптимізації допомагає досягти значних результатів у підвищенні продуктивності, якості продукції та послуг, а також зміцненні конкурентоспроможності на ринку [15].

Методи оптимізації бізнес-процесів виступають важливим інструментом для вдосконалення управлінських процедур та підвищення ефективності діяльності підприємства. Вони не лише допомагають знизити витрати, але й сприяють кращому використанню ресурсів, що є критичним для забезпечення стабільного фінансового стану та конкурентної здатності компанії. Оптимізація має прямий вплив на фінансові результати підприємства, оскільки дозволяє зменшити витрати, підвищити ефективність роботи персоналу та покращити якість обслуговування клієнтів [14].

Аналіз існуючих стратегій управління бізнес-процесами є необхідним етапом для визначення оптимальних методів і підходів, які можуть бути впроваджені для вдосконалення процесів на підприємстві. Цей аналіз допомагає виявити ключові проблемні ділянки та прийняти обґрунтовані рішення щодо їх удосконалення, вибору відповідних інструментів для підвищення ефективності операційної діяльності.

Оптимізація передбачає виявлення й усунення непотрібних або неефективних етапів у процесах, що може бути досягнуто через стандартизацію робочих процедур, впровадження кращих практик та використання технологій автоматизації. Скорочення кількості етапів в операціях дозволяє знизити час виконання завдань і зменшити витрати на матеріальні та людські ресурси.

Не менш важливим аспектом є врахування зовнішнього середовища та конкурентної ситуації на ринку, що також повинно бути частиною стратегії оптимізації. Такий комплексний підхід дозволяє підприємству не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й забезпечити стійку конкурентоспроможність і стабільний ріст на ринку [16].

Загалом, ефективне впровадження методів оптимізації бізнес-процесів допомагає підприємствам знизити витрати, збільшити прибутковість, зберігаючи при цьому високу якість продукції та послуг, що в свою чергу сприяє їхній конкурентоспроможності.

Одним із найбільш значущих елементів оптимізації є можливість автоматизації процесів, які раніше виконувалися вручну. Це дозволяє значно підвищити ефективність, зменшити кількість людських помилок і прискорити виконання завдань, що в результаті позитивно впливає на загальну продуктивність підприємства та його здатність адаптуватися до швидко змінюваного ринкового середовища [17].

Автоматизація бізнес-процесів включає використання спеціалізованих програмних рішень, роботів та систем для виконання завдань, що раніше здійснювали люди. Це можуть бути такі операції, як обробка даних, моніторинг запасів, управління виробництвом, обробка замовлень або підтримка взаємодії з клієнтами. Впровадження автоматизації дозволяє підприємствам максимально ефективно використовувати наявні ресурси, покращити точність виконання завдань, зменшити ймовірність помилок і підвищити швидкість операцій. В результаті значно зростає загальна продуктивність і якість робочих процесів.

Автоматизація дозволяє знизити витрати на оплату праці та оптимізувати процеси, що є важливим кроком для підвищення ефективності підприємства. Завдяки цьому, співробітники можуть зосередитись на виконанні більш складних, креативних завдань, що сприяє їхньому професійному розвитку. Крім того, автоматизовані системи працюють безперервно, що дозволяє забезпечити цілодобове обслуговування клієнтів і оперативно реагувати на зміни в бізнес-середовищі, навіть у нічний час.

В останні роки роль роботів та штучного інтелекту стала незамінною для підприємств, оскільки вони можуть виконувати не лише рутинні, але й більш складні завдання. Наприклад, роботизовані системи здатні ефективно аналізувати великі обсяги даних, прогнозувати майбутні тенденції, а також взаємодіяти з клієнтами. Це відкриває нові можливості для підвищення якості обслуговування та пришвидшення процесів, що в свою чергу дозволяє компаніям досягати високих результатів на ринку.

Загалом, автоматизація бізнес-процесів через застосування сучасних технологій допомагає підприємствам не лише підвищити ефективність роботи, але й істотно збільшити прибутковість. Вона також має важливе значення для поліпшення якості послуг, що дозволяє підприємствам зміцнити свої конкурентні позиції на ринку та досягти стратегічних цілей.

Оптимізація бізнес-процесів підприємства є важливим етапом, який вимагає ретельного підходу до аналізу існуючих процедур та вибору найефективніших методів удосконалення. Цей процес допомагає зменшити витрати, покращити ефективність та підвищити здатність підприємства до адаптації в умовах конкуренції. Такий підхід дозволяє компанії зміцнити свої ринкові позиції і підвищити загальну продуктивність.

Перший етап оптимізації бізнес-процесів включає комплексний аналіз ідентифікованих етапів діяльності підприємства, від закупівлі сировини до надання кінцевих продуктів або послуг. Під час цього процесу необхідно визначити, які операції є найбільш важливими для досягнення стратегічних цілей компанії та ефективно інтегрувати їх у загальну стратегію розвитку. Важливим є також збереження балансованості між швидкістю виконання завдань та їхньою якістю.

Основні бізнес-процеси можуть включати виробничі, логістичні, фінансові, кадрові операції та інші аспекти, що взаємодіють між собою для досягнення загальних результатів. У процесі оптимізації важливо правильно ідентифікувати ці зв'язки та врахувати їх вплив на кінцевий результат, щоб забезпечити безперервну інтеграцію між усіма підрозділами підприємства [19]. Оцінка взаємозв'язків між процесами дозволяє точніше налаштувати систему і знизити кількість помилок.

Після виявлення ключових бізнес-процесів підприємства необхідно впровадити зміни, що дозволять спростити їх виконання. Це може включати автоматизацію певних операцій, усунення зайвих етапів у процесах, застосування кращих практик, що сприятимуть підвищенню продуктивності.

Такі кроки дозволяють значно знизити витрати та покращити якість, що в результаті сприяє збільшенню загальної ефективності підприємства.

Оптимізація процесів на підприємстві також веде до суттєвих фінансових переваг, зокрема, зменшення витрат на виконання завдань. Спрощення операцій дає можливість знижувати витрати на ресурси та працівників, що позитивно позначається на фінансовому результаті підприємства. В результаті підвищується загальна рентабельність компанії, що покращує її конкурентоспроможність на ринку.

Отже, ідентифікація та оптимізація ключових бізнес-процесів є важливою складовою частиною стратегії розвитку підприємства. Завдяки цьому процесу можна досягти значних покращень у фінансових показниках, підвищити ефективність роботи та гнучкість компанії у змінних умовах бізнес-середовища [20].

Ідентифікація та оптимізація ключових бізнес-процесів відіграють важливу роль у забезпеченні адаптивності підприємства, що дозволяє швидко реагувати на зміни на ринку та в бізнес-середовищі. Оскільки ринок постійно змінюється, організації повинні бути готові до нових викликів і можливостей, що виникають у процесі цих змін. Ідентифікація важливих бізнес-процесів дозволяє чітко побачити, як внутрішні операції підприємства взаємодіють з зовнішніми факторами, такими як зміни в законодавстві, ринкові тенденції чи технологічні досягнення. Цей підхід дозволяє своєчасно реагувати на нові реалії, знижуючи ризики та максимізуючи можливості для росту.

Оптимізація бізнес-процесів не тільки покращує ефективність діяльності підприємства, але й забезпечує підвищення якості продукції та послуг, що в свою чергу зміцнює взаємини з клієнтами та підвищує їхню лояльність. Завдяки оптимізації, процеси стають менш схильними до помилок, що дозволяє забезпечити стабільну якість на кожному етапі, від виробництва до обслуговування клієнтів. Це має безпосередній вплив на репутацію підприємства і на задоволення клієнтів, що є ключовим чинником для розвитку та довгострокового успіху.

Більш того, ідентифікація та оптимізація бізнес-процесів сприяють сталому розвитку компанії, забезпечуючи її конкурентоспроможність на ринку в умовах швидких змін. Постійний аналіз та вдосконалення дозволяє підприємству стабільно розвиватися, зберігаючи ефективність і знижуючи витрати. Цей процес є основою для створення стійких бізнес-моделей, здатних адаптуватися до різноманітних змін зовнішнього середовища, що сприяє забезпеченню довготривалого успіху.

Оптимізація бізнес-процесів потребує ретельного аналізу на всіх етапах і виявлення можливостей для вдосконалення. Важливим кроком є детальна діагностика кожної операції, що дозволяє визначити слабкі місця і на основі цього знайти шляхи для покращення. Оцінка продуктивності, якості та виявлення зайвих етапів чи витрат є ключовими аспектами цього процесу, що дає змогу створити ефективнішу структуру бізнесу.

Використання методології Lean Six Sigma є одним з підходів до аналізу та оптимізації процесів. Це дозволяє підприємствам системно працювати над покращенням продуктивності та зменшенням витрат за допомогою чітко визначених етапів – визначення, вимірювання, аналізу, покращення та контролю (DMAIC). Завдяки цій методології, організації можуть виявляти слабкі місця у своїх процесах і впроваджувати змінні заходи, спрямовані на підвищення ефективності.

Сучасні технології, такі як штучний інтелект та аналітика даних, пропонують нові можливості для детального аналізу та оптимізації процесів. Вони дозволяють підприємствам точніше і швидше ідентифікувати області для покращення, надаючи інсайти, які раніше були б складними для виявлення. Ці інструменти дозволяють підприємствам приймати обґрунтовані рішення, які сприяють збільшенню продуктивності та ефективності.

Важливо також залучати персонал до процесу оптимізації бізнес-процесів, оскільки співробітники, які працюють безпосередньо в операціях, часто мають цінну інформацію про місця, де можливі покращення. Взаємодія з командою дозволяє отримати безпосередній зворотний зв'язок, що допомагає

виявляти приховані проблеми та знаходити найбільш ефективні шляхи їх вирішення. Їхній досвід та знання значно підвищують ефективність процесу оптимізації.

Таким чином, для досягнення значних результатів в оптимізації бізнес-процесів необхідно застосовувати комплексний підхід, що включає використання різноманітних методологій, інноваційних технологій та тісну співпрацю з персоналом. Це дозволяє підприємствам не тільки знизити витрати, але й підвищити якість послуг і продукції, забезпечуючи стабільний розвиток у конкурентному середовищі [22].

Оптимізація бізнес-процесів підприємства повинна орієнтуватися на розуміння та задоволення потреб клієнтів. Це особливо важливо, оскільки рівень задоволеності клієнтів безпосередньо залежить від якості продукції та послуг, що надаються підприємством. Водночас, потреби клієнтів можуть змінюватися, і для забезпечення високої конкурентоспроможності компанія повинна вміти швидко адаптувати свої процеси до цих змін. Ідентифікація і своєчасне реагування на ці зміни дозволяє підприємству залишатися успішним на ринку.

Оптимізація процесів здатна значно підвищити якість продукції та послуг, що безпосередньо впливає на задоволення клієнтів. Зменшення зайвих витрат, удосконалення контролю якості та поліпшення внутрішніх процедур дозволяють досягати високих стандартів якості. В результаті, це може збільшити лояльність клієнтів, зміцнити їх довіру до компанії та позитивно вплинути на імідж підприємства, що важливо для сталого росту і розвитку.

При оптимізації бізнес-процесів варто враховувати не лише загальні принципи, але й специфіку кожної галузі та індивідуальні риси самого підприємства. Кожна сфера має свої унікальні вимоги та стандарти, які необхідно враховувати при вдосконаленні внутрішніх процесів. Водночас, характеристики самого підприємства, такі як його розмір, структура або організаційна культура, можуть суттєво впливати на вибір оптимізаційних

стратегій. Тому важливо правильно поєднувати галузеві вимоги з особливостями компанії.

Врахування потреб та очікувань клієнтів під час оптимізації бізнес-процесів дозволяє підприємству бути більш гнучким та ефективним у реагуванні на зміни в ринковій ситуації. Це забезпечує більшу конкурентоспроможність та допомагає підтримувати стабільність на ринку. Водночас, цей підхід дозволяє підприємствам не лише вдосконалювати внутрішні процеси, але й зберігати здатність швидко реагувати на зовнішні виклики, підтримуючи високий рівень задоволення клієнтів.

Отже, правильно враховані потреби клієнтів при оптимізації бізнес-процесів допомагають підприємству покращити якість послуг, зміцнити довіру клієнтів і підтримувати стабільний розвиток на ринку. Це ключ до забезпечення високого рівня задоволення і лояльності споживачів.

Впровадження Lean-підходу є однією з найбільш ефективних стратегій для оптимізації бізнес-процесів на підприємстві. Lean (або Lean Manufacturing) спрямований на максимізацію продуктивності та мінімізацію всіх видів втрат у процесах. Його основний принцип полягає в усуненні зайвих етапів, операцій та ресурсів для досягнення найкращих результатів.

Особливу увагу слід приділити вибору стратегії, яка найбільше відповідає цілям компанії. Підприємства, які хочуть зменшити витрати та оптимізувати виробничі лінії, обиратимуть Lean, тоді як ті, що орієнтовані на забезпечення стабільної якості продукції, можуть обрати Six Sigma. Тому вибір стратегії має бути чітко узгоджений з глобальними цілями підприємства.

Всі ці підходи повинні бути адаптовані до стратегічних цілей компанії, оскільки правильна адаптація – це ключ до успіху у впровадженні змін. Врахування особливостей конкретного підприємства дозволяє ефективно оптимізувати бізнес-процеси та досягти бажаних результатів.

У першому розділі дипломної роботи здійснено детальний аналіз сучасних стратегій управління ключовими бізнес-процесами. Виявлено, що технологічні інновації є основними факторами, які сприяють трансформації та оптимізації цих процесів. Використання роботизованих систем, штучного інтелекту та інших передових технологій дозволяє компаніям не лише автоматизувати рутинні завдання, але й ефективніше досягати стратегічних цілей, підвищуючи конкурентоспроможність на ринку.

Особливу увагу приділено роботизації, яка забезпечує підвищену швидкість і точність виконання операцій, що є важливими складовими ефективності будь-якої діяльності. Водночас, штучний інтелект має значний вплив на сферу медицини, зокрема в аналізі медичних зображень і діагностиці, що дозволяє значно покращити якість медичних послуг. У роздрібній торгівлі технологічні інновації, зокрема алгоритми штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, демонструють свою ефективність у залученні та утриманні клієнтів.

Таким чином, проведений аналіз підтверджує, що технологічні інновації не тільки полегшують управлінські та виробничі процеси, але й відкривають нові перспективи для розвитку підприємств у різних галузях. Їх впровадження стає стратегічним кроком для отримання конкурентної переваги, що сприяє стабільному розвитку підприємства в умовах сучасного ринку.

Окрім того, в роботі підкреслено важливість аналітичних інструментів, які застосовуються в фінансовому секторі, медицині та роздрібній торгівлі. Вони дозволяють знижувати витрати, покращувати якість обслуговування клієнтів і підвищувати ефективність управління підприємством.

Наголошено також на необхідності гнучкості та адаптивності підприємств у відповідь на швидкі зміни ринкових умов. Зрозуміло, що успішне впровадження запропонованих методів оптимізації вимагає не тільки технічної, але й культурної трансформації в організації. Створення сприятливої корпоративної культури для інновацій, постійне навчання

персоналу та система взаємного стимулювання є важливими складовими досягнення успіху в оптимізації ключових бізнес-процесів.

Отже, технологічні інновації відіграють вирішальну роль у розвитку підприємств і є основою для ефективного управління бізнес-процесами. Вони дозволяють оптимізувати виробничі процеси, зменшити витрати і підвищити продуктивність у різних галузях. Наприклад, у виробництві використання роботів і автоматизованих систем сприяє зменшенню затрат і підвищенню ефективності. Водночас, технології блокчейн у фінансах гарантують безпеку транзакцій, а штучний інтелект у медицині дозволяє точніше і швидше ставити діагнози, покращуючи якість медичних послуг. У роздрібній торгівлі ж системи штучного інтелекту створюють персоналізовані пропозиції для клієнтів, що, в свою чергу, підвищує лояльність та сприяє росту продажів.

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЮЧОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ КЛЮЧОВИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ФОП «МУРАТОВ»

2.1 Загальна характеристика підприємства та особливості його організаційної структури управління

Головним видом діяльності ФОП «Муратов» є роздрібна торгівля, яка здійснюється через послуги поштових замовлень або за допомогою онлайн-платформ. Це сучасна бізнес-модель, що дозволяє підприємству ефективно охоплювати споживачів на всій території України, забезпечуючи їм можливість придбати товари дистанційно. Такий підхід до ведення торгівлі сприяє зростанню обсягів продажів і забезпечує зручність для клієнтів. Підприємство використовує цифрові канали для просування продукції, взаємодії з клієнтами та управління замовленнями. Зручність доставки та гнучкість онлайн-сервісу дають змогу створити лояльну базу споживачів та підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

З моменту відкриття, діяльність ФОП «Муратов» динамічно розвивалась із фокусом на задоволенні потреб клієнтів. Пріоритетним напрямком стратегії стало впровадження інноваційних інструментів для покращення якості обслуговування. Компанія активно впроваджує сучасні інформаційні системи для автоматизації процесів замовлення, обліку та логістики. Завдяки використанню маркетингових цифрових інструментів, компанія досягає кращої взаємодії з цільовою аудиторією. В результаті таких підходів вдалося підвищити ефективність операційної діяльності та зміцнити конкурентні позиції на ринку.

Організаційна структура управління – це сукупність взаємопов'язаних елементів та рівнів керування, які разом формують механізм досягнення стратегічних цілей підприємства. Вона визначає, як розподіляються

повноваження між підрозділами та яким чином координується робота всього персоналу. Правильна побудова структури дозволяє уникати дублювання функцій та забезпечує ефективний розподіл ресурсів. Для підприємств, що працюють у сфері онлайн-торгівлі, така структура особливо важлива, адже дозволяє швидко реагувати на запити клієнтів і змінюватися відповідно до ринкових вимог. Саме завдяки продуманій структурі управління підприємство може забезпечити стабільний розвиток.

У ФОП «Муратов» організаційна структура орієнтована на ефективне управління всіма основними бізнес-процесами, а також на досягнення високих стандартів обслуговування клієнтів. Вона включає в себе низку ключових підрозділів, які мають чітко окреслені повноваження та функціональні обов'язки. Такий підхід дозволяє не лише забезпечити чітку координацію між відділами, а й сприяє зростанню продуктивності. Комунікація між підрозділами здійснюється оперативно, що дозволяє швидко приймати рішення. Чітка структура також допомагає забезпечити відповідальність за результат на кожному етапі бізнес-процесу. ФОП «Муратов» є суб'єктом підприємницької діяльності, основною спеціалізацією якого є роздрібна торгівля електронною технікою. Організаційна структура, наведена на рис.2.1, сформована таким чином, щоб забезпечити ефективне функціонування компанії та оперативне реагування на зміни. Вона передбачає чіткий розподіл функціональних обов'язків між підрозділами та дозволяє досягати поставлених цілей. Завдяки раціональній побудові організаційної структури, компанія може швидко адаптуватися до вимог ринку та підвищувати рівень обслуговування клієнтів. Кожен елемент системи управління взаємопов'язаний і спрямований на досягнення загальних результатів. Це особливо важливо в умовах динамічного розвитку ринку електроніки.



Рис. 2.1 Організаційна структура ФОП «Муратов»

ФОП «Муратов» є суб'єктом підприємницької діяльності, основною спеціалізацією якого є роздрібна торгівля електронною технікою. Структура управління, наведена у нижченаведеній схемі, сформована таким чином, щоб забезпечити ефективне функціонування компанії та оперативне реагування на зміни. Вона передбачає чіткий розподіл функціональних обов'язків між підрозділами та дозволяє досягати поставлених цілей. Завдяки раціональній побудові організаційної структури, компанія може швидко адаптуватися до вимог ринку та підвищувати рівень обслуговування клієнтів. Кожен елемент системи управління взаємопов'язаний і спрямований на досягнення загальних результатів. Це особливо важливо в умовах динамічного розвитку ринку електроніки.

Для підвищення керованості внутрішніх процесів, ФОП «Муратов» впровадив інтегровану систему управління підприємством (ERP), що дозволяє автоматизувати стандартні операції та зробити бізнес-процеси більш прозорими.

Використання ERP-рішень дає змогу уникнути дублювання інформації та мінімізувати людський фактор при виконанні рутинних завдань. Система дозволяє в режимі реального часу отримувати аналітичні дані щодо ключових показників діяльності. Це створює умови для оперативного ухвалення рішень та кращого стратегічного планування. ERP допомагає не лише в контролі

ресурсів, а й у підвищенні дисципліни виконання завдань на всіх рівнях управління. Вона є важливою складовою цифрової трансформації бізнесу.

ERP (Enterprise Resource Planning) – це комплексне рішення для управління ресурсами компанії, яке об'єднує ключові напрямки діяльності в єдину цифрову платформу.

Такий підхід сприяє гармонізації взаємодії між підрозділами та дозволяє синхронізувати інформацію по всіх бізнес-функціях. ERP-система є ефективним інструментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Її функціональність охоплює фінанси, логістику, постачання, облік і планування. В умовах сучасного ринку ERP-системи стають ключовим елементом для забезпечення конкурентних переваг. Завдяки централізованому управлінню даними, підприємства можуть досягати більшої прозорості та узгодженості дій.

Серед основних можливостей ERP-системи – автоматизація процесів, управління складом, планування закупівель та ведення фінансової звітності. Ці функції дозволяють зменшити навантаження на персонал і сконцентрувати ресурси на стратегічних цілях. ERP-платформи можуть бути адаптовані під потреби конкретного бізнесу, забезпечуючи гнучкість управління. Вони також сприяють покращенню контролю за витратами та якістю виконання операцій. Автоматизовані модулі полегшують управління ланцюгами постачань і забезпечують своєчасну аналітику. Усе це дозволяє підвищити ефективність підприємства загалом.

ERP-рішення є необхідною умовою для формування єдиного інформаційного простору, який слугує основою для стратегічного управління. Завдяки централізованій обробці даних, компанія може швидше реагувати на зміни зовнішнього середовища. ERP-система забезпечує цілісне бачення бізнесу та дозволяє координувати дії між усіма рівнями управління. Це знижує ризики, пов'язані з неузгодженістю інформації, та підвищує відповідальність за прийняті рішення. Впровадження ERP – це не лише технологічне оновлення, а й важливий крок у напрямку підвищення корпоративної культури

управління. Такий підхід дозволяє удосконалити не лише технічні, а й організаційні аспекти діяльності компанії.

Переваги впровадження ERP-системи для управління бізнесом. Інтеграція ERP дозволяє компанії централізовано керувати всіма внутрішніми процесами, забезпечуючи злагоджену взаємодію між підрозділами. Система автоматично обробляє запити, формує звітність та спрощує контроль виконання завдань. Це сприяє значному скороченню часу на рутинні дії та підвищенню ефективності кожного працівника. ERP відкриває можливості для масштабування бізнесу та впровадження нових послуг. У довгостроковій перспективі це сприяє стабільному зростанню прибутків.

Впровадження ERP-системи забезпечує підприємству низку суттєвих переваг, серед яких:

1. Зростання продуктивності компанії – завдяки автоматизації значної кількості процесів зменшується обсяг ручної праці, що дозволяє персоналу зосередитися на більш складних завданнях. В результаті підвищується ефективність роботи та знижується кількість помилок.
2. Єдина база даних – централізоване зберігання всієї інформації забезпечує доступність і цілісність даних для всіх підрозділів. Це спрощує аналітику та полегшує комунікацію між відділами.
3. Розширений контроль – керівництво має можливість у будь-який момент отримувати інформацію про стан справ у компанії та оперативно впливати на ситуацію. Це дозволяє запобігати кризовим ситуаціям і ефективно розв'язувати проблеми.
4. Поліпшення процесів – усунення дублювання функцій, оптимізація витрат часу та ресурсів сприяють збільшенню загальної ефективності діяльності. Налагоджена система дозволяє прискорити обробку замовлень і підвищити якість обслуговування.
5. Підвищення ринкової стійкості – впровадження ERP робить компанію більш адаптивною до вимог сучасного ринку, дає змогу швидко

реагувати на зміни та впроваджувати інновації. Це відкриває шлях до розширення присутності на ринку та зростання доходів.

ФОП «Муратов» демонструє ефективну модель управління роздрібною торгівлею електронікою, орієнтовану на сучасні технології та оптимізацію внутрішніх процесів. Використання ERP-системи дозволяє підприємству автоматизувати ключові операції, зменшити витрати та забезпечити оперативне прийняття управлінських рішень. Завдяки впровадженню централізованої інформаційної бази, компанія досягає високої прозорості в обліку та контролі. Такий підхід сприяє зростанню продуктивності персоналу та покращенню взаємодії між структурними підрозділами. У результаті, ФОП «Муратов» здатен швидко адаптуватися до змін ринку та зберігати конкурентні позиції. Системний підхід до управління бізнесом забезпечує сталий розвиток компанії та створює умови для подальшого масштабування.

Керівником підприємства є директор, який відповідає за загальне управління, стратегічне планування та ухвалення ключових рішень. Його обов'язки включають координацію діяльності всіх підрозділів і контроль за реалізацією визначеної стратегії розвитку. Директор виступає головною особою у прийнятті рішень, що впливають на функціонування підприємства в цілому. Він формує корпоративну політику, затверджує бюджети та контролює їх виконання. Також на ньому лежить відповідальність за адаптацію компанії до змін ринку та впровадження інновацій.

Відділ продажу та маркетингу виконує ключову роль у забезпеченні реалізації продукції та просуванні бренду на ринку. Він займається організацією онлайн-продажів, розробкою маркетингових стратегій і підтримкою іміджу компанії. До функціоналу цього відділу належить запуск рекламних кампаній у цифровому середовищі, включно з соціальними мережами та email-маркетингом. Працівники відділу проводять аналітику споживчої поведінки, оцінюють ефективність рекламних заходів і формують персоналізовані пропозиції для клієнтів. Важливою частиною роботи також є підвищення рівня конверсії на сайті та утримання постійних покупців.

Логістичний відділ займається організацією та управлінням ланцюгом поставок, забезпечуючи своєчасну доставку товарів до клієнтів. До його обов'язків входить контроль за залишками на складах, планування маршрутів доставки, а також координація з транспортними партнерами. Ефективна робота цього підрозділу дозволяє знизити витрати на логістику та покращити швидкість обробки замовлень. Крім того, відділ відповідає за безпеку та якість пакування продукції. Оптимізація логістичних процесів сприяє підвищенню рівня клієнтського задоволення.

Закупівельний відділ відповідає за пошук постачальників, організацію закупівель і контроль якості товарів. Він веде переговори з потенційними партнерами, оцінює надійність постачальників і укладає контракти на вигідних умовах. Важливим завданням є також підтримка оптимального рівня запасів на складі з урахуванням попиту. Працівники цього відділу постійно моніторять ринок постачальників для пошуку нових вигідних пропозицій. Раціональна закупівельна політика дозволяє знизити витрати та забезпечити стабільність поставок.

Фінансовий відділ здійснює управління всіма грошовими потоками підприємства, відповідає за бухгалтерський облік та фінансову звітність. Він також займається розробкою бюджету, контролем витрат і оптимізацією фінансової діяльності. Одним із важливих завдань є дотримання податкової дисципліни та своєчасна подача звітності до відповідних органів. Крім того, фінансовий підрозділ аналізує рентабельність бізнесу та допомагає керівництву приймати обґрунтовані рішення. Правильне фінансове планування сприяє стабільності підприємства у довгостроковій перспективі.

Відділ обслуговування клієнтів зосереджений на налагодженні ефективної комунікації з покупцями, підтримуючи їх на всіх етапах взаємодії з компанією. Основна діяльність полягає у швидкому та якісному опрацюванні звернень, вирішенні конфліктних ситуацій та підтримці високого рівня задоволеності клієнтів. Працівники цього підрозділу надають консультації, допомагають оформлювати замовлення, а також оперативно реагують на

скарги. Важливою складовою є використання багатоканальної системи зв'язку – телефони, email, чати на сайті. Такий підхід дозволяє забезпечити клієнтоорієнтованість та підвищити лояльність до бренду.

2.2 Аналіз використання трудових ресурсів підприємства

Результативність господарської діяльності підприємства значною мірою визначається тим, наскільки ефективно використовується жива праця – найдинамічніший і вирішальний елемент виробничого процесу. Високий рівень забезпечення підприємства трудовими ресурсами, їх раціональне залучення до виробництва, а також постійне зростання продуктивності праці мають безпосередній вплив на збільшення випуску продукції. Водночас це забезпечує ефективне завантаження обладнання, машин і механізмів, сприяє зменшенню собівартості продукції та зростанню прибутковості. Таким чином, трудові ресурси відіграють ключову роль у формуванні економічної стратегії підприємства. Особливо важливо в сучасних умовах поєднувати трудову ефективність із технологічними інноваціями, що дає змогу підвищити конкурентоспроможність бізнесу.

Оцінка забезпеченості підприємства трудовими ресурсами проводиться шляхом зіставлення фактичної чисельності персоналу в розрізі категорій (керівники, службовці, виробничі працівники тощо) з плановими показниками, а також із фактичними даними попередніх періодів. Такий підхід дозволяє об'єктивно визначити ступінь реалізації кадрового плану та виявити тенденції змін у динаміці. Аналіз структури зайнятості також допомагає виявити дефіцит або надлишок персоналу у конкретних категоріях, що важливо для ефективного планування. Крім цього, такий аналіз створює підґрунтя для подальшого вдосконалення кадрової політики. Своєчасне виявлення диспропорцій дозволяє керівництву оперативно коригувати кадрову стратегію з урахуванням реальних потреб виробництва.

Трудові ресурси підприємства охоплюють усіх представників виробничого персоналу, заробітна плата яких включається до загальних витрат на виготовлення продукції. Головною особливістю трудового потенціалу, що відрізняє його від інших ресурсів, є можливість не лише впливати на продуктивність праці, але й на ефективність використання обладнання, сировини, енергетичних та інших матеріальних ресурсів. Завдяки професійним навичкам працівників можна досягти економії ресурсів без зниження якості продукції. Зокрема, кваліфіковані кадри здатні знаходити нестандартні рішення у виробничих ситуаціях, що підвищує гнучкість процесів. До того ж інвестування в навчання персоналу сприяє довгостроковому розвитку підприємства.

Ефективне використання трудових ресурсів передбачає вирішення не лише виробничих завдань, але й виконання соціально значущих функцій, зокрема, створення стабільних робочих місць і забезпечення гідних умов праці. Організація праці має базуватись на принципах соціального партнерства, що забезпечує баланс інтересів працівників і роботодавця. Також важливо враховувати психологічний клімат у колективі, оскільки задоволення працівників роботою напряму впливає на продуктивність. Соціально відповідальний підхід до управління персоналом дозволяє підвищити рівень мотивації та знизити плинність кадрів. Таким чином, кадрова політика підприємства має формуватись не лише на основі економічної доцільності, а й з урахуванням соціального контексту.

Трудовий потенціал є одним із найважливіших чинників, які впливають на ефективність діяльності підприємства. ФОП «Муратов» приділяє серйозну увагу процесам управління персоналом, розуміючи, що саме професіоналізм і висока результативність працівників є основою стабільного розвитку бізнесу. Оцінювання трудових ресурсів охоплює не лише кількісні показники, а й якісні характеристики персоналу, такі як кваліфікація, досвід, мотивація та здатність до адаптації. Регулярний моніторинг дозволяє своєчасно виявляти потребу в навчанні або зміні кадрової політики. В умовах конкуренції на ринку

важливо не лише зберегти кваліфіковані кадри, але й створити умови для їх професійного зростання.

Станом на 2024 рік на підприємстві працювало 20 осіб, що свідчить про позитивну динаміку в порівнянні з попередніми роками: 15 працівників у 2022 році та 18 у 2023 році (див. табл. 2.1). Зростання чисельності персоналу є індикатором розширення обсягів діяльності та збільшення попиту на продукцію компанії. Така тенденція підтверджує стабільність та розвиток підприємства, а також зростання його економічного потенціалу. Водночас збільшення штату працівників потребує вдосконалення системи управління персоналом, адаптації нових працівників та підвищення рівня внутрішньої комунікації. Забезпечення якісного кадрового резерву є стратегічним завданням для підтримки стабільного зростання підприємства у майбутньому.

Таблиця 2.1

Склад та чисельність персоналу ФОП «Муратов» за 2022-2024 рр., осіб.

Посада	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Директор	1	1	1
Менеджер з продажу	3	4	5
Логіст	2	2	3
ІТ-фахівець	2	2	2
Фінансовий аналітик	1	1	1
Спеціаліст з маркетингу	2	3	3
Клієнтський менеджер	2	3	3
Оператор call-центру	3	3	4
Кур'єр	2	2	2
Всього	18	21	24

Кількість працівників на підприємстві зросла у зв'язку з розширенням обсягів діяльності та збільшенням кількості замовлень, що зумовило потребу в додаткових трудових ресурсах для забезпечення ефективного виконання операційних процесів. Тенденцію зростання чисельності персоналу ФОП «Муратов» у період 2022–2024 років проілюстровано на рис. 2.2.

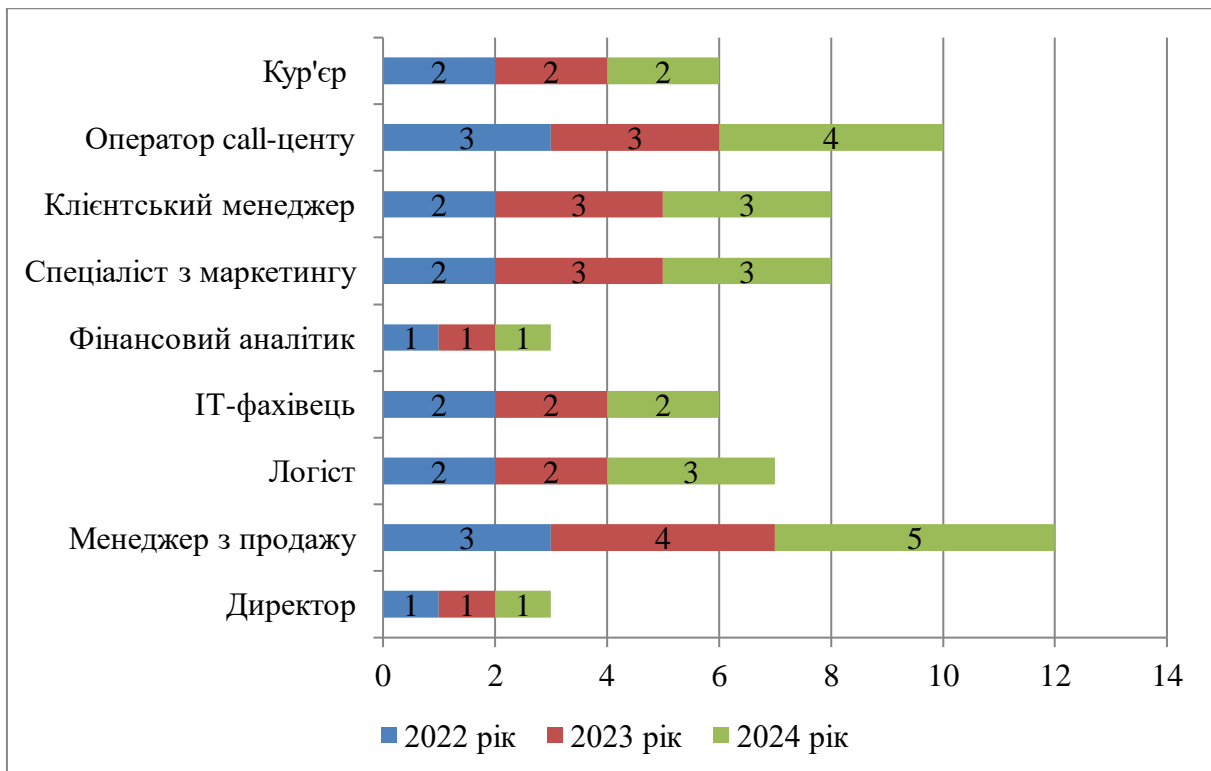


Рис. 2.2 Динаміка персоналу ФОП «Муратов» 2022-2024рр.,чол.

Якісні характеристики персоналу є не менш значущими, ніж кількісні показники. Працівники ФОП «Муратов» володіють необхідним професійним рівнем, мають відповідну підготовку та практичний досвід, що дозволяє ефективно виконувати поставлені завдання та підтримувати високі стандарти якості. Відомості про рівень кваліфікації співробітників наведено в табл. 2.2. Підприємство приділяє значну увагу розвитку людського капіталу, систематично вкладаючи кошти в професійне зростання персоналу шляхом організації тренінгів, курсів підвищення кваліфікації та освоєння сучасних інструментів роботи.

Постійне оновлення знань і вмінь працівників забезпечує підвищення продуктивності праці, покращує адаптацію до нових умов ринку та впровадження інновацій. Такі інвестиції в персонал дозволяють не лише зміцнити внутрішній потенціал підприємства, а й формують позитивний імідж роботодавця. Завдяки цьому зростає мотивація персоналу, їхня відданість справі та бажання розвиватися разом із компанією. У свою чергу, це позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Таблиця 2.2

Кваліфікаційна структура персоналу ФОП «Муратов» за 2024р.

Посада	Освіта В – вища, С/С – середня спеціальна	Кількість осіб
Директор	В	1
Менеджер з продажу	В	5
Логіст	В	3
ІТ-фахівець	В	2
Фінансовий аналітик	В	1
Спеціаліст з маркетингу	В	3
Клієнтський менеджер	С/С	3
Оператор call-центру	С/С	4
Кур'єр	С/С	2

Одним із ключових елементів економічної оцінки трудових ресурсів є детальний аналіз фонду оплати праці. Впродовж останніх трьох років спостерігається поступове зростання середньомісячної заробітної плати на підприємстві: у 2022 році її розмір становив 12 тис. грн, у 2023 році – 13,5 тис. грн, а в 2024 році він досяг 15 тис. грн (табл. 2.3). Ця динаміка представлена в таблиці 2.3. Підвищення заробітної плати пояснюється впливом інфляційних процесів, переглядом розміру мінімальної зарплати на законодавчому рівні, а також підвищенням кваліфікаційних вимог до персоналу.

Окрім зазначених факторів, важливу роль відіграє загальна тенденція до покращення умов праці та соціального захисту працівників, що підвищує їхню мотивацію та знижує плинність кадрів. Зростання заробітної плати позитивно впливає на продуктивність праці, оскільки стимулює персонал до більш ефективного виконання своїх обов'язків. Також слід зазначити, що адекватна оплата праці сприяє формуванню сприятливого мікроклімату в колективі та підвищує рівень задоволеності роботою. У довгостроковій перспективі політика справедливої компенсації сприяє зміцненню кадрового потенціалу підприємства.

Таблиця 2.3

Заробітна плата працівників ФОП «МУРАТОВ» за 2022-2024 рр., тис.
грн.

Посада	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Директор	16	18	20
Менеджер з продажу	10	11	13
Логіст	9	10	11,5
ІТ-фахівець	11	13	15
Фінансовий аналітик	14	16	18
Спеціаліст з маркетингу	10	12	14
Клієнтський менеджер	9	10	11
Оператор call-центру	8,5	9,5	10,5
Кур'єр	8	9	10

Динаміка заробітної плати за 2022 – 2024 р.р. наведена на рис. 2.3.

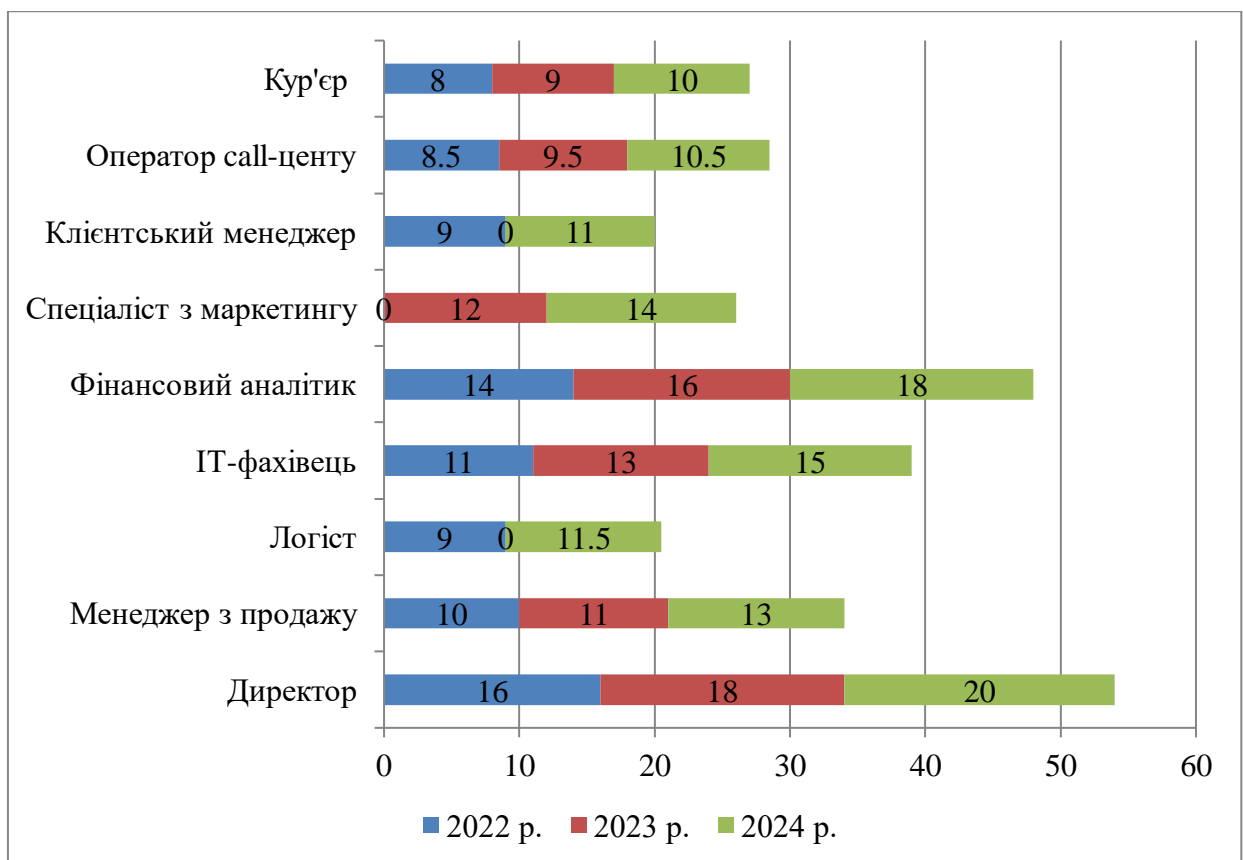


Рис. 2.3 Динаміка заробітної плати за 2022 – 2024 р.р., тис. грн..

Продуктивність праці виступає одним із ключових показників, що відображає ефективність використання трудового потенціалу підприємства. Вона визначається як відношення кількості реалізованої продукції до середньооблікової чисельності персоналу. Згідно з аналітичними даними, у 2022 році на одного працівника припадало в середньому 164 одиниць

реалізованої продукції за рік, у 2023 році – 165 одиниць, а у 2024 році цей показник зріс до 176 одиниць. Така позитивна динаміка є наслідком активного впровадження інноваційних технологій, модернізації виробничих процесів і автоматизації операцій. Поряд з цим, покращення управлінських механізмів та організації праці також стали вирішальними чинниками зростання результативності. Системна робота над удосконаленням робочих процесів сприяла досягненню більшого результату без пропорційного збільшення чисельності персоналу.

Поглиблений аналіз показників рентабельності продажів, які склали 15% у 2022 році, 16,5% у 2023 році та 17% у 2024 році, демонструє позитивну динаміку розвитку підприємства. Таке зростання свідчить про те, що підвищення прибутковості тісно пов'язане з результативною працею персоналу. Покращення організаційних процесів, грамотне використання людських ресурсів та постійне підвищення кваліфікації кадрів дозволили знизити витрати і підвищити якість обслуговування клієнтів. Ефективне управління трудовими ресурсами стало рушієм стабільного фінансового зростання підприємства. Підприємство активно адаптується до ринкових умов, забезпечуючи збалансовану стратегію розвитку, в якій людський капітал є центральною складовою.

Здійснена економічна оцінка трудових ресурсів ФОП «Муратов» підтверджує, що підприємство ефективно використовує свій кадровий потенціал. Поступове зростання чисельності персоналу, стабільне підвищення рівня заробітної плати та підвищення продуктивності праці справляють позитивний вплив на загальні економічні результати. Всі ці зміни є індикатором якісного підходу до управління персоналом. Увага до людського фактору сприяє формуванню мотивованого колективу, який орієнтований на результат. Важливо, що розвиток персоналу розглядається як постійний процес, а не як разова ініціатива – саме це створює умови для довготривалої конкурентної переваги.

Для досягнення високої ефективності діяльності та посилення конкурентоспроможності підприємства на ринку, надзвичайно важливим є якісне управління трудовими ресурсами. Це передбачає не лише наявність достатньої кількості працівників, але й оптимальне використання їхніх знань, умінь та потенціалу. Одним з основних завдань кадрової політики є досягнення балансу між потребами підприємства у працівниках і пропозицією на ринку праці. Це потребує детального планування кадрових заходів, у тому числі розподілу функціональних обов'язків, адаптації нових працівників, формування резерву кадрів. Комплексний підхід до управління персоналом дозволяє підприємству швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та забезпечувати сталий розвиток.

Управління трудовими ресурсами на підприємстві охоплює низку взаємопов'язаних напрямків, серед яких пріоритетними є:

- забезпечення підприємства достатньою кількістю кваліфікованих працівників;
- максимізація результативності праці за рахунок грамотного розподілу функцій;
- розвиток професійної компетентності працівників шляхом постійного навчання;
- зниження рівня плинності кадрів і посилення мотивації персоналу до ефективної праці.

Ці напрями реалізуються через внутрішні програми розвитку персоналу, систему наставництва та регулярне оцінювання ефективності роботи. Крім того, стимулюючі заходи, спрямовані на заохочення до результативної праці, сприяють збереженню кваліфікованих кадрів. Такий підхід дозволяє формувати стабільний трудовий колектив та підтримувати високий рівень організаційної культури.

Рух трудових ресурсів є вагомим індикатором, що дозволяє оцінити якість управління персоналом на підприємстві. Цей показник відображає обсяги найму та звільнення працівників, що дає змогу виявити слабкі місця у

кадровій політиці та вчасно реагувати на зміни. У ФОП «Муратов» цей процес контролюється через систематичне планування чисельності персоналу та моніторинг змін у його структурі. Для кращого розуміння змін у складі трудових ресурсів використовуються спеціальні аналітичні таблиці, зокрема табл. 2.4. Оперативне управління кадровим обігом дозволяє уникати надмірної плинності кадрів, зберігати кваліфікований персонал і забезпечувати ефективну реалізацію виробничих цілей.

Таблиця 2.4

Структурні зміни у складі трудових ресурсів ФОП «Муратов» за 2022-2024 рр.

Посада	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2022	2023	2024	2023/2022р	2024/2023р	2023/2022р	2024/2023р
Директор	1	1	1	-	-	-	-
Менеджер з продажу	3	4	5	1	1	33.33%	25%
Логіст	2	2	3	-	1	-	50%
ІТ-фахівець	2	2	2	-	-	-	-
Фінансовий аналітик	1	1	1	-	-	-	-
Спеціаліст з маркетингу	2	3	3	1	-	50%	-
Клієнтський менеджер	2	3	3	1	-	50%	-
Оператор call-центру	3	3	4	-	1	-	33.33%
Кур'єр	2	2	2	-	-	-	-

У 2023 році на підприємстві відбулося зростання чисельності персоналу на окремих посадах, зокрема збільшилась кількість менеджерів з продажу, маркетологів і менеджерів по роботі з клієнтами. Така динаміка свідчить про активізацію комерційної діяльності та зміщення акценту на побудову взаємодії з клієнтською базою. Підвищення попиту на ці ролі, ймовірно, зумовлене потребою в розширенні ринку збуту. Зміщення команди з маркетингу та продажу також може бути відповіддю на конкурентне середовище. Оновлення структури персоналу свідчить про прагнення підвищити гнучкість та адаптивність підприємства.

У 2024 році тенденція до розширення штату зберігається, що особливо помітно у зростанні кількості менеджерів з продажу та логістів. Це може свідчити про нарощення обсягів реалізації продукції та потребу в покращенні логістичних операцій. Акцент на розвиток логістичної функції дозволяє підвищити швидкість і якість доставки, що, у свою чергу, впливає на рівень задоволеності клієнтів. Також це свідчить про інтеграцію нових каналів збуту та оптимізацію ланцюгів постачання. Підприємство демонструє здатність оперативно реагувати на зміну ринкових умов.

Протягом аналізованого періоду кількість директорів, IT-фахівців, фінансових аналітиків і кур'єрів залишалась незмінною. Це може свідчити про стабільність у цих напрямках діяльності, а також про відсутність необхідності в розширенні відповідних підрозділів. Збереження сталої чисельності працівників на вказаних посадах може також означати ефективне виконання ними своїх обов'язків. Така стабільність є показником раціонального розподілу трудових ресурсів. Це створює надійний фундамент для зростання інших функціональних напрямків.

У 2023 році найвище зростання у відносному вираженні було зафіксовано серед маркетологів та менеджерів по роботі з клієнтами – приріст становив 50%. Це може свідчити про те, що підприємство активно інвестує у розвиток комунікацій з ринком і просування товарів чи послуг. Такий підхід є логічним у контексті прагнення посилити присутність бренду та зміцнити клієнтську лояльність. Висока динаміка зміни чисельності в цих категоріях персоналу також підтверджує впровадження нових маркетингових стратегій. Можна припустити, що підприємство адаптується до нових викликів шляхом оновлення підходів до просування.

У 2024 році помітне збільшення чисельності логістів є знаковим, оскільки воно вказує на необхідність вдосконалення процесів транспортування та постачання. Така зміна структури персоналу є відповіддю на зростання обсягів замовлень і посилення вимог клієнтів до швидкості виконання поставок. Оптимізація логістики дозволяє зменшити витрати та

покращити координацію між відділами. Введення додаткових логістичних фахівців допомагає підвищити ефективність роботи ланцюгів постачання. Це сприяє підвищенню загальної конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Аналіз змін у кадровій структурі свідчить про активний розвиток ФОП «Муратов» у таких ключових напрямках, як продажі та маркетинг, при цьому деякі посади залишаються стабільними. Такий баланс між розвитком і сталістю персоналу є ознакою продуманої кадрової політики. Це дозволяє підприємству зберігати гнучкість у розподілі ресурсів і водночас гарантує надійність ключових бізнес-процесів. Розширення в окремих напрямках також свідчить про намір підприємства зміцнити свої позиції на ринку. Усе це створює передумови для сталого зростання та підвищення рівня клієнтського сервісу.

Для комплексної оцінки ефективності використання трудового потенціалу на підприємстві використовуються різноманітні аналітичні коефіцієнти. Серед основних – коефіцієнти обороту кадрів за прийомом і звільненням, рівень продуктивності праці та показники трудомісткості операцій. Такі показники дозволяють здійснити оцінку динаміки кадрових змін і ефективності роботи персоналу. Вони є основою для формування кадрової політики та планування розвитку персоналу. Завдяки цим показникам підприємство може своєчасно реагувати на внутрішні і зовнішні зміни.

Коефіцієнт обороту кадрів за прийомом розраховується як співвідношення кількості новоприйнятих працівників до середньооблікової чисельності персоналу. Цей показник дає змогу оцінити інтенсивність оновлення кадрового складу. Високе значення коефіцієнта може свідчити про активне зростання або зміну структури підприємства. Низький рівень – про стабільність і сталість у кадровій політиці. Аналіз цього показника допомагає виявити напрями, які потребують удосконалення у сфері управління персоналом.

Показники обороту трудових ресурсів ФОП «МУРАТОВ» за 2022-2024
рр.

Показник	2022 р.	2023р.	2024р.
Середня чисельність працівників	15	17	24
Залучено нових працівників	0	2	7
Вибуло працівників	0	1	1
Оборот трудових ресурсів (%)	0%	5.88%	4.17%

У 2022 році на підприємстві не зафіксовано жодного випадку звільнення персоналу, тому показник обороту кадрів дорівнює 0%. Такий результат свідчить про високу стабільність колективу та відсутність змін у кадровому складі протягом року. Збереження персоналу може бути наслідком сприятливих умов праці, задоволеності працівників, ефективного управління та відсутності зовнішніх загроз. Водночас нульове значення обороту є позитивною ознакою для оцінки кадрового клімату. Воно також може вказувати на високий рівень лояльності працівників до підприємства. Подібна ситуація сприяє збереженню накопиченого досвіду та знань у межах організації. У свою чергу, це позитивно впливає на продуктивність і якість виконання завдань.

У 2023 році на підприємстві було зафіксовано незначне зростання кадрового обороту, що склало 5,88%. Це свідчить про звільнення одного працівника протягом року. Незважаючи на помірне зростання показника, він залишається в межах допустимих норм і не несе серйозної загрози для стабільності колективу. Ймовірно, причиною звільнення стали особисті обставини або професійне зростання працівника за межами підприємства. Такий рівень плинності може бути природним процесом оновлення кадрів. Водночас він дає змогу залучити нових фахівців із сучасними компетенціями. Оновлення персоналу, якщо відбувається контрольовано, може сприяти підвищенню адаптивності підприємства до змін на ринку.

У 2024 році відзначено незначне зниження коефіцієнта обороту кадрів – до 4,17%, незважаючи на те, що загальна чисельність персоналу збільшилася.

Така динаміка є свідченням зростаючої стабільності трудового колективу та ефективної кадрової політики. Зменшення плинності на тлі зростання штату говорить про вдалі умови адаптації нових працівників та збереження основного ядра команди. Це також може свідчити про покращення соціального клімату, мотиваційної системи та загальної задоволеності персоналу. Стабільність у кадровому складі сприяє безперервності виробничих процесів і зниженню витрат, пов'язаних із навчанням нових працівників. Утримання професійних кадрів забезпечує сталий розвиток підприємства та збереження його конкурентних переваг. Усе це дозволяє підприємству зосередитися на стратегічних цілях, не відволікаючись на часті кадрові заміни.

Висновки до розділу 2

Опис організаційної структури управління та впровадженої системи управління на підприємстві ФОП «Муратов» свідчить про високий рівень організованості та системності в управлінні ключовими бізнес-процесами. Структура підприємства побудована таким чином, щоб забезпечити чіткий розподіл обов'язків, ефективну взаємодію між відділами та оперативне прийняття управлінських рішень. Кожен функціональний підрозділ має власні задачі, зосереджені на досягненні стратегічних цілей компанії, що підвищує загальну результативність діяльності. Централізоване керівництво та координація між відділами дозволяють забезпечити гнучкість в управлінні, а також швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Впровадження ERP-системи є важливим елементом удосконалення управлінських процесів, оскільки вона інтегрує всі функціональні напрямки компанії в єдину інформаційну систему. ERP-система дозволяє автоматизувати щоденні операції, покращити фінансовий контроль, підвищити точність обліку та мінімізувати людський фактор у процесах управління.

Системна взаємодія між організаційною структурою та інформаційними технологіями забезпечує стабільність роботи підприємства, підвищує прозорість управлінських рішень і сприяє довгостроковому розвитку. Завдяки впровадженій системі управління, Таким чином, ефективна організаційна структура в поєднанні з сучасною ERP-системою створює міцне підґрунтя для стабільного функціонування підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та формування позитивного іміджу на ринку. Підприємство має достатній потенціал для подальшого вдосконалення своїх бізнес-процесів, підвищення продуктивності персоналу та досягнення нових стратегічних цілей.

Використання трудових ресурсів на підприємстві ФОП «Муратов» є ефективним і стабільним, що підтверджується низьким рівнем плинності кадрів та поступовим зростанням чисельності персоналу. Показники продуктивності праці демонструють позитивну динаміку, що свідчить про результативне управління персоналом і впровадження сучасних підходів до організації праці. Підприємство активно інвестує в розвиток ключових напрямів – зокрема продажів, маркетингу та логістики – що дозволяє швидко реагувати на зміни ринку. Стабільність у складі працівників свідчить про позитивний психологічний клімат і ефективну мотиваційну систему. Розширення кадрового потенціалу супроводжується підвищенням ефективності внутрішніх процесів і зміцненням командної взаємодії. Такий підхід забезпечує конкурентоспроможність підприємства та створює передумови для його сталого розвитку в майбутньому.

РОЗДІЛ 3.

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ЗАХОДІВ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Запуск реклами в Instagram для розширення онлайн-присутності

Аналіз цільової аудиторії є одним із основних кроків при розробці ефективної рекламної стратегії для ФОП «Муратов». У сучасних умовах ринку, де конкуренція постійно зростає, здатність точно розуміти свою цільову групу має вирішальне значення для досягнення успіху. Без такого розуміння, рекламні кампанії можуть не знайти відгуку в аудиторії, що значно знижує їхню ефективність. Тому детальний аналіз дозволяє орієнтувати зусилля на тих споживачів, які найбільше зацікавлені в продукції або послугах підприємства. Це дозволяє зменшити витрати на рекламу і збільшити конверсію.

Для точного визначення основних характеристик цільової аудиторії необхідно зосередитися на демографічних і психографічних показниках. Демографічні фактори, такі як вік, стать, соціальний статус і регіональні особливості, допомагають зрозуміти базові потреби та вподобання споживачів. Наприклад, якщо компанія продає продукцію для молоді, необхідно враховувати вікові переваги, а також популярні тренди серед цієї групи. Вивчення цих аспектів дозволяє налаштувати комунікацію та пропозиції таким чином, щоб вони були максимально привабливими для конкретного сегмента.

Психографічний аналіз дозволяє глибше проникнути в інтереси, цінності та стиль життя потенційних клієнтів. Це є важливим для формулювання рекламних повідомлень, які будуть емоційно відгукуватися у цільової аудиторії. Наприклад, якщо виявиться, що більшість клієнтів

компанії мають інтерес до екологічних проблем, можна акцентувати увагу на екологічності продуктів та на наданні переваги сталому розвитку. Такий підхід дозволяє створити рекламу, яка не тільки привертає увагу, але й сприяє формуванню довгострокових відносин із клієнтами.

Також важливим етапом є аналіз платформ і каналів комунікації, що використовуються цільовою аудиторією. Якщо дослідження показує, що значна частина потенційних клієнтів активно користується Instagram, це дозволяє зосередити рекламні зусилля на цій платформі, що підвищує ефективність кампанії. Знання переваг та звичок аудиторії допомагає точно визначити, які канали принесуть найбільше результатів, а також оптимізувати витрати на рекламу.

Ці кроки дозволяють підприємству не лише підвищити рівень залучення клієнтів, але й значно збільшити конверсію рекламних кампаній, орієнтуючись на реальні потреби та інтереси своєї цільової аудиторії.

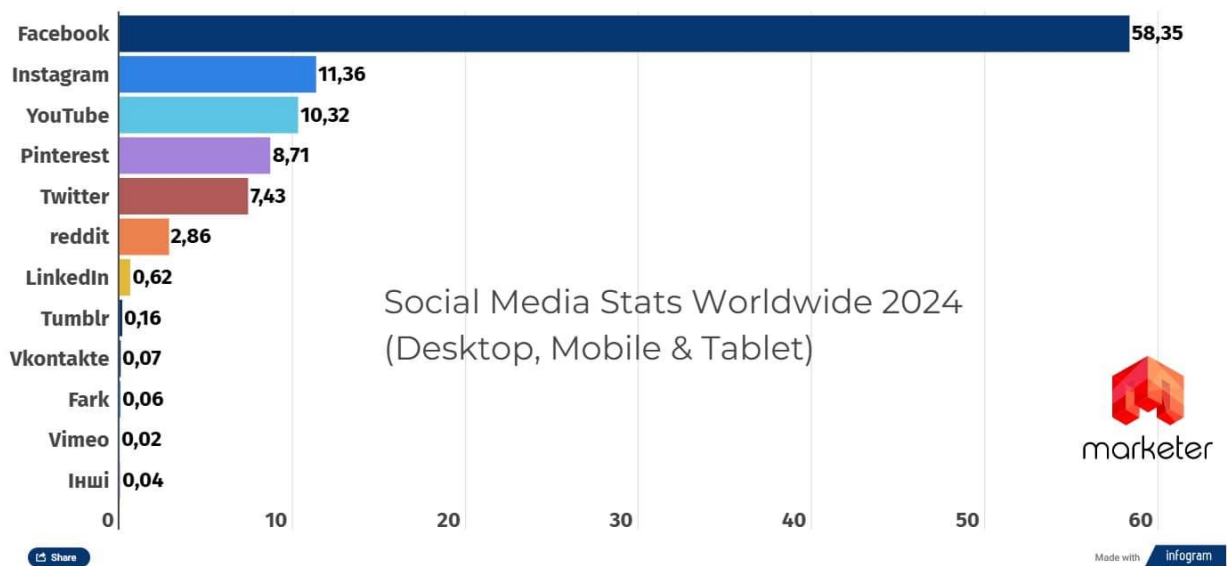


Рис. 3.1 Рейтинг платформ соціальних мереж в 2024 р. в Україні, %

Загалом, глибокий аналіз цільової аудиторії дозволяє підприємству розробити ефективні стратегії взаємодії з клієнтами, що підвищує результативність рекламних кампаній. Це дає змогу точно спрямувати

зусилля, сприяти залученню нових клієнтів і покращити лояльність існуючих. Знання переваг та звичок аудиторії допомагає вибудовувати стосунки на основі довіри і взаєморозуміння, що є важливим фактором для довготривалих результатів. Завдяки правильному підходу до аналізу, підприємство здатне не лише привернути увагу цільової аудиторії, а й ефективно впливати на її поведінку. У результаті, таке стратегічне планування дозволяє оптимізувати рекламні витрати і досягти високої ефективності кампаній.

Створення профільної сторінки в Instagram є важливим етапом для реалізації стратегії онлайн-присутності ФОП «Муратов». На сьогодні Instagram є одним з основних каналів для комунікації з потенційними клієнтами, і належне оформлення профілю є ключем до залучення нової аудиторії. Створення ефективного профілю вимагає ретельного підходу до кожної деталі, адже навіть найменші деталі можуть впливати на сприйняття бренду. Одним із основних аспектів є встановлення єдиного стилю, що повинно включати корпоративні кольори, логотип та інші впізнавані елементи. Створення профілю в Instagram також передбачає відповідність між візуальним виглядом та загальною корпоративною ідентичністю ФОП «Муратов», щоб кожен елемент сторінки сприяв створенню цілісного образу компанії.

Наступним кроком є створення привабливого дизайну профілю. Це не лише візуальна складова, а й основа для ефективної взаємодії з користувачами. Якісні зображення товарів або послуг підприємства мають бути не лише естетично привабливими, але й відповідати стилю бренду. Правильний вибір фотографій або відео здатний викликати емоційний відгук у цільової аудиторії, що сприяє кращій взаємодії та залученню нових клієнтів. Потрібно також подбати про те, щоб контент відповідав запитам і смакам потенційних клієнтів, демонструючи продукцію з найкращого боку.

Не менш важливим є текстовий опис профілю, який має бути зрозумілим, інформативним і коротким. В описі необхідно акцентувати увагу на унікальних перевагах продукту або послуги, використовуючи ключові

слова, що допомагають підвищити видимість профілю в пошукових системах. Крім того, варто використовувати релевантні хештеги, які допоможуть залучити нових підписників та потенційних клієнтів. Цей етап також передбачає стратегічне формулювання текстів, що мають зацікавити та мотивувати користувачів на подальшу взаємодію з брендом.

Розробка контент-плану є основою стратегії для активного залучення користувачів в Instagram. Окрім планування, він включає в себе створення контенту, що відповідатиме інтересам та потребам цільової аудиторії. У процесі створення контент-плану важливо визначити основні напрямки, які будуть цікавими для підписників і відображатимуть основні цінності бренду. До таких тем можуть входити не лише оголошення про нові продукти або послуги, але й поради, відгуки клієнтів або соціальні ініціативи підприємства. Окрім цього, важливо створити різноманітний контент, що охоплюватиме не лише рекламні, а й освітні чи розважальні матеріали, що підвищують зацікавленість аудиторії.

Час публікацій також відіграє важливу роль у досягненні високої ефективності. Орієнтуючись на часові зони та активність своїх підписників, підприємство може оптимізувати час публікацій для максимального охоплення. Це дозволить не лише збільшити кількість переглядів, а й підвищити ефективність рекламних зусиль, оскільки буде враховано час, коли найбільша кількість підписників перебуває в мережі. Сезонні кампанії, тематичні акції та актуальні події також є важливими для залучення уваги в певний період. Гнучка адаптація контенту до цих аспектів допомагає підтримувати актуальність і залучати нових підписників, що позитивно позначається на розвитку бренду.

Створення візуального контенту є ключовим для залучення уваги до профілю в Instagram. Для ФОП «Муратов» важливо мати не лише естетично привабливі зображення, а й такі, які будуть відповідати загальній стратегії бренду. Якісні фото, відео та графічні матеріали дозволяють сформувати позитивний імідж компанії, що важливо для залучення нових клієнтів.

Стратегічний підхід до візуального контенту також полягає в тому, щоб він був унікальним, змістовним та легко сприйнятним для цільової аудиторії. У результаті правильно розроблений контент привертає увагу і стимулює підписників до взаємодії з брендом, що сприяє збільшенню кількості потенційних клієнтів.

Першим кроком у цьому процесі є виявлення основних елементів, які необхідно представити в контенті. Це можуть бути продукти чи послуги компанії, її відмінні характеристики, а також інформація про команду та корпоративні цінності. Важливо підкреслити особливості, які роблять бренд унікальним на ринку, адже це дозволить залучити увагу цільової аудиторії. Ключовими аспектами є визначення того, що саме має бути в центрі уваги: чи то нові продукти, чи історії успіху клієнтів. Такий підхід допоможе створити глибше розуміння бренду серед потенційних клієнтів. Крім того, варто акцентувати увагу на особливостях, які вирізняють компанію від конкурентів. Визначення цих елементів є основою для формування цілісного образу, який стане основою подальших етапів стратегії.

Наступним кроком є створення стратегії взаємодії з аудиторією через візуальний контент. Важливо не лише створювати візуально привабливий матеріал, але й чітко визначити частоту публікацій і способи взаємодії з підписниками. Це включає в себе планування, коли і як саме публікувати контент для максимального залучення уваги. Візуальний контент має бути не тільки якісним, але й адаптованим до інтересів та потреб цільової аудиторії. Важливо також знаходити баланс між рекламними та цікавими матеріалами, які будуть корисні для користувачів і спонукатимуть їх до активної взаємодії з брендом. Створення такого контенту дозволить не лише залучити нових підписників, а й утримати існуючих. Крім того, варто забезпечити різноманітність контенту, щоб він задовольняв різні смаки та інтереси аудиторії (рис. 3.2).

Паралельно варто удосконалювати навички використання різних інструментів для обробки візуального контенту.

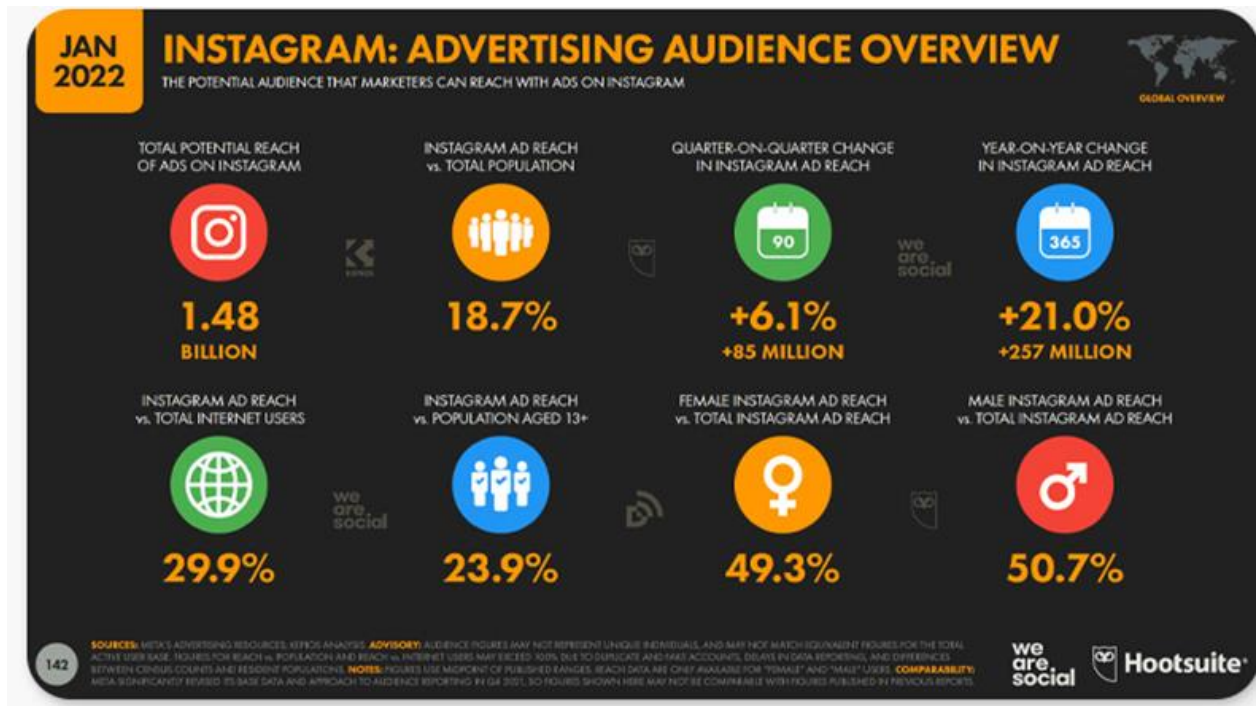


Рис. 3.2 Характеристика користувачів Instagram

Це може включати освоєння нових програм для фото- та відеомонтажу, роботи з графічними елементами, а також створення анімацій. Розширення можливостей обробки контенту дозволяє створювати матеріали, які відповідають сучасним стандартам та вимогам аудиторії. Важливо також вивчати новітні тенденції в графічному дизайні та відеопродакшн, щоб пропонувати користувачам цікаві й актуальні рішення. Навички роботи з різними форматами контенту можуть значно підвищити загальну ефективність комунікації з аудиторією. Сучасні інструменти дозволяють інтегрувати інтерактивні елементи та використовувати новітні технології для створення більш привабливого контенту. Це в свою чергу допомагає зробити комунікацію більш персоналізованою та адаптованою до інтересів підписників.

Також важливо постійно контролювати ефективність візуального контенту за допомогою аналітичних інструментів Instagram. Регулярний моніторинг взаємодії з публікаціями дозволяє точніше налаштувати стратегію і адаптувати контент до актуальних потреб і вподобань підписників. За допомогою таких інструментів можна визначити, які пости мають

найбільший успіх, що дозволяє оптимізувати майбутні публікації. Важливо оцінювати не тільки кількість лайків і коментарів, але й глибше взаємодіяти з підписниками через відгуки та особисті повідомлення. Такий підхід дає змогу забезпечити постійну актуальність і релевантність контенту, а також вдосконалювати його відповідно до змін у поведінці аудиторії. Створення якісного візуального контенту не лише підтримує ефективну комунікацію, але й підвищує впізнаваність бренду в мережі Instagram.

Розробка і запуск рекламних кампаній у Instagram є критично важливим етапом для ФОП «Муратов» з точки зору створення онлайн-присутності та збільшення впізнаваності бренду. Успіх у цій сфері вимагає ретельного планування і реалізації кількох важливих аспектів. Першим етапом є чітке визначення цілей рекламної кампанії, що дозволяє сформулювати завдання, такі як збільшення обсягів продажу, залучення нових клієнтів або підвищення усвідомленості бренду серед аудиторії. Визначення цілей дозволяє сконцентрувати ресурси на найважливіших аспектах рекламної стратегії та забезпечити максимальний ефект. Наступним кроком є розробка креативного контенту, який буде не лише привабливим, але й відповідатиме інтересам цільової аудиторії. Це може включати створення відеороликів, рекламних банерів, історій або постів, що чітко відображають переваги продукту чи послуги.

Інструменти реклами на Instagram дозволяють точно налаштувати аудиторію, орієнтуючи рекламу на потенційних клієнтів. Оскільки платформа надає велику кількість параметрів для таргетингу, можна досягти значної точності у спрямуванні рекламних кампаній. Вибір правильного формату реклами також є важливим аспектом – він має відповідати типу товару чи послуги, а також специфіці цільової аудиторії. Після запуску кампанії потрібно активно відслідковувати її результати, щоб згодом внести корективи, якщо це необхідно. Для цього варто використовувати аналітичні інструменти Instagram, що дозволяють вимірювати ефективність різних типів реклами.

Важливими аспектами є також взаємодія з користувачами через коментарі, відповіді на запитання та активна участь у зворотному зв'язку.

Аналіз рекламних кампаній конкурентів і підтримка актуальності кампаній є важливими факторами для досягнення успіху. Співпраця з інфлюенсерами може допомогти значно збільшити охоплення та залучення нових клієнтів. Важливо також створити комунікаційну лінію, яка відображає унікальність бренду і приваблює потенційних покупців. Аналіз і коригування рекламних стратегій на основі цих факторів дозволяє постійно вдосконалювати маркетингову стратегію.

Взаємодія з підписниками на платформі Instagram є основною частиною стратегії побудови онлайн-присутності для ФОП «Муратов». Цей процес включає різні тактики і підходи для побудови стійких відносин з аудиторією [34]. Ефективне спілкування з підписниками через коментарі, повідомлення в Direct і інші способи взаємодії сприяє створенню дружньої атмосфери, де кожен підписник відчувається важливим. Важливо своєчасно реагувати на коментарі, дякувати за позитивні відгуки та відповідати на питання, що дозволяє підтримувати високий рівень залучення. Важливо також залучати підписників до активностей через опитування в Stories або публікаціях, щоб зрозуміти їхні інтереси і погляди.

Організація конкурсів або акцій є ще одним способом підвищення зацікавленості користувачів і підтримки високого рівня взаємодії. Це сприяє не тільки збільшенню активності на платформі, а й підвищенню лояльності до бренду. Додавання елементів «за кадром», розповідей про команду та процеси робить контент більш людським і допомагає сформувати емоційну прив'язаність до бренду. Такі публікації дозволяють підписникам відчути себе частиною компанії. Слухання та врахування відгуків користувачів допомагає налаштувати стратегію та забезпечити її відповідність потребам аудиторії. Врахування елементів гумору в контенті може додати бренду дружній і приємний імідж, що сприятиме позитивному сприйняттю.

Аналіз результатів є надзвичайно важливим етапом для ФОП «Муратов» у контексті створення онлайн-присутності та реклами на Instagram. Цей етап включає детальне вивчення всіх параметрів для оцінки результатів і вдосконалення стратегії. Вивчення ключових показників ефективності, таких як конверсія, взаємодія та залучення нових підписників, дозволяє оцінити результативність рекламних кампаній. Важливо також визначити, які типи контенту привертають найбільшу увагу аудиторії, а які викликають меншу зацікавленість. Зібрана інформація допомагає коригувати стратегію і створювати контент, який краще відповідає інтересам підписників.

Додатково варто відстежувати реакцію аудиторії на різні види контенту, що дозволить розуміти, що саме викликає позитивну відповідь і активно залучає нових підписників. Сегментація аудиторії та аналіз їхньої взаємодії з контентом дозволяє точніше налаштувати стратегію і підібрати найбільш ефективні формати. Оцінка таких показників, як кількість нових підписників або зростання активності акаунта, допоможе зрозуміти динаміку розвитку профілю. Використання інструментів аналітики дозволяє також виявляти ефективні сегменти аудиторії та створювати спеціалізовані матеріали для них. Це дозволяє зробити контент ще більш персоналізованим і релевантним для різних груп підписників, що підвищує ефективність кампаній.

Моніторинг конкурентів у соціальних мережах, особливо в Instagram, є важливим елементом стратегії формування онлайн-присутності для ФОП «Муратов». Цей етап охоплює кілька основних аспектів, що допомагають зрозуміти тенденції на ринку та адаптувати маркетингові стратегії. Одним з важливих напрямків є вивчення рекламних стратегій конкурентів. Це дозволяє визначити, як вони залучають свою аудиторію, а також виявити найбільш ефективні та менш результативні методи. Крім того, аналіз типів контенту, який публікують конкуренти, допомагає визначити, які теми і формати найбільше приваблюють користувачів. Вивчення частоти публікацій та часу, коли конкуренти активні, дозволяє вибрати оптимальний момент для розміщення власного контенту, щоб максимізувати залучення. Аналіз

взаємодії конкурентів з їхньою аудиторією дає змогу знайти найкращі практики комунікації. На основі отриманих результатів можна вдосконалити власні рекламні та контентні стратегії. Завдяки цьому можна виокремити відмінності в підходах конкурентів і зробити акцент на унікальних перевагах своєї компанії.

Моніторинг конкурентів у соцмережах дає змогу не лише вивчати ринок, але й навчитися на досвіді інших гравців. Зокрема, впровадження Instagram Stories для ФОП «Муратов» є потужним інструментом для створення активної взаємодії з аудиторією та формування сильного бренду. Цей етап включає кілька ключових аспектів. Одним з них є анонсування акцій та знижок через Stories, що створює відчуття ексклюзивності та терміновості. Публікації, що показують "закулісні" моменти компанії, дозволяють налагодити більш близькі зв'язки з аудиторією та створити атмосферу довіри. Крім того, Stories використовуються для швидкого та креативного представлення нових продуктів або оновлень у асортименті. Інтерактивні елементи, такі як голосування та опитування, дозволяють отримати зворотний зв'язок від підписників і врахувати їхні побажання. Спеціальний контент, доступний лише через Stories, може стати стимулом для збільшення кількості підписників та підвищення активності користувачів. Спільний контент з партнерами через Instagram Stories дозволяє розширити аудиторію та використовувати додаткові можливості для реклами. Також Stories ідеально підходять для проведення сезонних промоакцій, які залишають яскраве враження на потенційних клієнтів.

Впровадження Instagram Stories є важливим елементом в управлінні ключовими бізнес-процесами на підприємстві. Звітність та оптимізація результатів рекламних кампаній в Instagram для ФОП «Муратов» є невід'ємною частиною цієї стратегії. Процес аналізу ефективності кампаній включає кілька етапів. Регулярне складання звітів допомагає оцінити ключові показники, такі як перегляди, взаємодія, конверсія, що є основою для подальшої оптимізації. Використання звітів дає змогу визначити найбільш

успішні стратегії та тенденції, а також знайти можливості для вдосконалення. Виявлення проблем через аналіз показників дозволяє вчасно коригувати стратегії та уникнути негативних наслідків. Сегментація аудиторії через звітність дає змогу більш точно визначити цільові групи для наступних рекламних кампаній. Звітність також включає оцінку рентабельності кожної кампанії, що допомагає оптимізувати витрати і підвищити ефективність витрачених ресурсів. Систематичний моніторинг змін у поведінці аудиторії дозволяє оперативно реагувати на зміни в попиті та коригувати стратегії. Завдяки звітам можна розробляти нові стратегії та альтернативні сценарії для досягнення кращих результатів. Інформація, отримана із звітів, стає основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що дозволяє адаптувати стратегії відповідно до змін на ринку.

Загалом, моніторинг конкурентів у соціальних мережах, зокрема в Instagram, є важливим інструментом для вдосконалення стратегії онлайн-присутності ФОП «Муратов». Аналіз рекламних стратегій, типів контенту та взаємодії з аудиторією дозволяє адаптувати власні підходи та підвищити ефективність комунікації з потенційними клієнтами. Впровадження Instagram Stories допомагає не тільки взаємодіяти з підписниками, а й створювати унікальний образ бренду, залучати нових клієнтів через ексклюзивний контент та інтерактивні елементи. Звітність та аналітика дозволяють оцінити результати кампаній, виявити успішні стратегії та коригувати недоліки в часі. Постійний моніторинг та оптимізація маркетингових підходів є ключем до підтримки високої ефективності рекламних кампаній та адаптації до змін у ринкових умовах. В кінцевому підсумку, систематичний підхід до аналізу конкурентів і результатів власних кампаній сприяє досягненню сталого розвитку та конкурентоспроможності компанії.

2.2 Розроблення та впровадження семінару з формування корпоративної культури як метод удосконалення внутрішньої взаємодії.

Корпоративна культура безпосередньо впливає на якість та швидкість виконання бізнес-процесів підприємства. У сучасних реаліях швидкі зміни зовнішнього середовища потребують прозорої міжпідроздільної взаємодії, що дозволяє оперативно ухвалювати управлінські рішення та уникати затримок. Відсутність єдиного розуміння цінностей і норм може призводити до частих помилок та невідповідності виконання стандартам, що суттєво ускладнює оптимізацію процесів. Семінар із корпоративної культури сприятиме формуванню спільного бачення місії підприємства серед усіх рівнів персоналу, що забезпечить уніфікацію методів роботи. Посилення довіри між колегами та створення атмосфери відкритості дозволить знизити кількість ескалацій і непорозумінь. Крім того, системний підхід до культурних практик сприятиме зменшенню плинності робітників і підвищенню залученості персоналу. Такий семінар стане фундаментом для подальшого вдосконалення управління та збільшення конкурентоспроможності. Не менш важливо, що він створить платформу для регулярного зворотного зв'язку та корекції процесів на основі спільних цінностей.

Основна мета семінару з формування корпоративної культури полягає у формуванні єдиного розуміння ключових цінностей підприємства серед всього персоналу. Досягнення цієї мети передбачає розробку та узгодження місії і цінностей, які стануть орієнтиром у повсякденних бізнес-процесах. Водночас семінар ставить за мету покращити міжфункціональну комунікацію через виявлення й усунення основних бар'єрів у взаємодії відділів. Для ефективної інтеграції культурних практик заплановано відпрацювання механізмів зворотного зв'язку, що сприятимуть оптимізації робочих процесів. Ще одним завданням є ідентифікація «точок болю» в існуючих процесах та спільна розробка рекомендацій для їх усунення. За допомогою інтерактивних методів учасники зможуть набути практичних навичок фасилітації та побудови конструктивного діалогу. Наприкінці семінару очікується створення

чіткого плану подальшого розвитку корпоративної культури та моніторингу її впливу на бізнес-процеси.

Семинар з формування корпоративної культури складається з шести логічно побудованих модулів, кожен з яких спрямований на вирішення конкретного аспекту внутрішньої взаємодії (табл. 3.1)

Таблиця 3.1

Структура семінару з формування корпоративної культури

Модуль	Тривалість	Основні теми	Метод	Результат
1. Вступ до корпоративної культури	1 год	Поняття, роль у бізнес-процесах	Лекція кейси +	Спільне розуміння термінології
2. Цінності й місія підприємства	1,5 год	Аналіз місії, визначення цінностей	Робота в групах	Узгоджений набір цінностей
3. Комунікаційні бар'єри	2 год	Типи бар'єрів, їх вплив	Розбір реальних ситуацій	Карта комунікаційних «вузлів»
4. Практики ефективної взаємодії	2 год	Feedback-culture, фасилітація зустрічей	Рольові ігри	Прототип сценарію щотижневої зустрічі
5. Інтеграція в бізнес-процеси	1,5 год	Крос-функціональні workflows	Мозковий штурм діаграми процесів +	Оновлені бізнес-процеси з вбудованою культурною практикою
6. Оцінка та подальший розвиток	1 год	Метрики, КРІ, анкетування	Підготовка інструментів оцінки	План моніторингу та корекцій

На першому етапі проводиться діагностика поточної корпоративної культури через онлайн-опитування та глибинні інтерв'ю з представниками різних відділів. Аналіз результатів дозволяє виявити слабкі місця у взаємодії та визначити критичні показники, на які варто орієнтуватися під час семінару. Після цього розробляється контент: презентації, робочі листи для групових вправ, кейси з реального досвіду підприємства та шаблони для збору фідбеку. Третій крок – пілотне тестування міні-версії семінару в одному відділі, що дає змогу адаптувати програми модулів і методи викладання. Наступний етап передбачає масштабне впровадження: планування сесій для всіх підрозділів із урахуванням груп не більше 15–20 осіб. Координація з керівництвом на всіх

рівнях допомагає синхронізувати тематику семінару з поточними завданнями бізнес-процесів. По завершенню циклу сесій здійснюється оцінка ефективності: порівнюються ключові метрики до і після, проводяться follow-up зустрічі для коригування програми. Циклічність етапів забезпечує безперервне вдосконалення та адаптацію до майбутніх викликів.

Етапи розробки та впровадження семінару з формування корпоративної культури наведено у табл. 3.2.

Для досягнення максимальної залученості персоналу до навчального процесу рекомендується використовувати активні методи: рольові ігри, бізнес-симуляції та фасилітаційні сесії. Застосування мультимодального підходу (гібридний формат: онлайн та офлайн) дозволяє залучити як стаціонарних, так і віддалених працівників. Важливо залучати внутрішніх «послів культури» – працівників, які вже демонструють лідерські якості та позитивний приклад дотримання корпоративних цінностей. Gamification-елементи, такі як короткі змагання між командами, підсилюють мотивацію та закріплюють результати навчання через інтерактивні завдання. Регулярна фасилітація ретроспектив надає можливість персоналу обговорювати успіхи та виклики, а також спільно шукати шляхи покращення. Для постійного моніторингу рекомендується використовувати анкетування на етапі після сесії та через певний проміжок часу – 3–6 місяців. Такий підхід сприяє формуванню культури безперервного навчання й адаптації практик до реальних потреб підприємства.

Внаслідок проведення семінару підприємство отримає зменшення часу узгодження рішень щонайменше на 20 % завдяки прозорішим комунікаціям і чіткішим алгоритмам взаємодії. Кількість конфліктів у процесах комунікації повинна знизитися на 30 % через формування open feedback-culture та активну фасилітацію зустрічей.

Таблиця 3.2.

Етапи розробки та впровадження семінару з формування корпоративної культури

Етап	Детальні дії
------	--------------

1. Діагностика поточної культури	<p>1. Онлайн-опитування: Формування анкети з ключовими питаннями про цінності, стиль комунікацій та рівень довіри між підрозділами; розсилка всім працівникам із дедлайном 1–2 тижні.</p> <p>2. Глибинні інтерв'ю: Відбір представників кожного відділу (керівники, middle-level, виконавці) та проведення особистих чи відео-розмов для уточнення нюансів, виявлення «точок болю» у взаємодії.</p> <p>3. Збір метрик: Вимірювання середнього часу реакції на запити та кількості випадків ескалації рішень за останні 3–6 місяців; аналіз логів комунікаційних платформ.</p>
2. Розробка контенту та матеріалів	<p>1. Презентації: Створення слайдів із визначенням місії, цінностей і прикладами успішних культурних практик; підготовка візуальних схем бізнес-процесів.</p> <p>2. Робочі листи: Розробка шаблонів для групової роботи (matrix-аналіз, SWOT, картування стейкхолдерів) з інструкціями та ключовими питаннями для обговорення.</p> <p>3. Кейси: Підбір 2–3 реальних ситуацій із внутрішньої практики підприємства або галузевих аналогів для аналізу та обговорення.</p> <p>4. Шаблони фідбеку: Підготовка бланків для збору зворотного зв'язку під час модулів і після завершення семінару (анкети, опитувальники з рейтингом).</p>
3. Пілотне тестування	<p>1. Вибір відділу: Обрати один департамент із репрезентативними процесами (наприклад, маркетинг або продажі).</p> <p>2. Проведення міні-семінару: Залучити 10–12 учасників, провести всі модулі в скороченому форматі (половина часу).</p> <p>3. Збір відгуків: Після кожного модуля учасники заповнюють короткі анкети (What? So what? Now what?) та дають усні рекомендації.</p> <p>4. Аналіз результатів: Зіставлення отриманих коментарів із запланованими цілями; корекція структури, тривалості модулів та методів подачі матеріалу.</p>
4. Масштабне впровадження	<p>1. Графік сесій: Узгодити з керівниками всіх підрозділів календар проведення (групи по 15–20 осіб), щоб не зупиняти операційну діяльність.</p> <p>2. Координаційні зустрічі: Провести короткі брифінги з керівниками та «послами культури» у кожному відділі для узгодження очікувань та ролей.</p> <p>3. Ресурсна підтримка: Забезпечити приміщення, техніку, роздаткові матеріали й онлайн-платформу для гібридного формату.</p> <p>4. Моніторинг проходження: Відстежувати відвідуваність і оперативно вирішувати організаційні питання.</p>
5. Оцінка ефективності	<p>1. Порівняння метрик: Зібрати ті самі показники, що й на етапі діагностики (час реакції, кількість ескалацій), а також нові (рейтинг задоволеності, NPS внутрішньої взаємодії).</p> <p>2. Повторне опитування: Повторити онлайн-анкети та інтерв'ю через 1–2 місяці після семінару для виявлення динаміки змін.</p> <p>3. Follow-up сесії: Організувати регулярні зустрічі (кожні 3–6 місяців) із ключовими учасниками для обговорення труднощів і корекції культурних практик.</p> <p>4. Звітність: Підготувати звіт зі зрізом до/після та рекомендаціями для подальшого розвитку корпоративної культури.</p>

Залученість персоналу (Employee Engagement Index) планується підвищити на 15 %, що безпосередньо вплине на продуктивність роботи та

якість виконання операцій. Пілотне тестування та регулярні follow-up сесії дозволять виявляти корекційні заходи в реальному часі та якісно адаптувати програму семінару. Оптимізовані бізнес-процеси отримають вбудовані культурні практики, що сприятиме їх стабільному функціонуванню та швидкому реагуванню на зміни зовнішнього середовища. Підвищення рівня довіри між командами призведе до зростання внутрішньої інноваційності та ініціативності працівників. Загалом очікується укріплення корпоративного середовища, яке слугуватиме драйвером розвитку

Системний підхід до розроблення та впровадження семінару з формування корпоративної культури є ключовим інструментом удосконалення управління бізнес-процесами підприємства. Визначення спільних цінностей, чіткі комунікаційні практики та механізми зворотного зв'язку формують основу для культури безперервного вдосконалення. Така культура сприяє зниженню витрат на вирішення конфліктів, скороченню часу виконання операцій і поліпшенню якості результатів. Крім того, створення єдиного простору для обміну ідеями стимулює інноваційність і підвищує рівень залученості персоналу. Регулярне оцінювання впливу семінарів дозволяє оперативно виявляти вузькі місця та адаптувати програми під потреби підприємства.

Регулярне оцінювання ефективності семінару дозволяє фільтрувати найбільш дієві інструменти та адаптувати модулі до нових викликів. Використання активних методів навчання та мультимодального формату забезпечує стійке залучення персоналу та мотивацію до подальшого саморозвитку. Залучення внутрішніх лідерів думок і gamification-елементи створюють позитивні моделі поведінки та закріплюють культуру обміну знаннями. У результаті підприємство здобуває потужний ресурс для підтримання конкурентної переваги та стійкого розвитку.

Висновки до розділу 3

Глибокий аналіз демографічних та психографічних характеристик аудиторії дозволяє точно таргетувати рекламні повідомлення та уникнути марних витрат на охоплення нерелевантних сегментів. При цьому належне оформлення профілю в Instagram із використанням корпоративних кольорів, логотипу й єдиного візуального стилю суттєво зміцнює впізнаваність бренду ФОП «Муратов» і підвищує рівень довіри потенційних клієнтів. Розроблений контент-план, який поєднує рекламні, освітні та розважальні пости, сприяє підтриманню балансу між комерційними цілями та інтересами аудиторії, що, у свою чергу, підвищує залученість підписників. Оптимізація часу публікацій з урахуванням активності користувачів забезпечує максимальне охоплення дописів і підсилює ефективність кожної кампанії. Якісний візуальний контент, що акцентує увагу на унікальних перевагах продукції, викликає емоційний відгук і стимулює взаємодію з брендом. Використання Instagram Stories із інтерактивними інструментами опитувань і голосувань не тільки підвищує активність підписників, а й дає змогу оперативно отримувати зворотний зв'язок. Таргетована реклама, налаштована на основі аналітичних даних платформи, дозволяє залучати найактивніших і найбільш зацікавлених користувачів. Регулярний моніторинг ключових показників (конверсії, охоплення та рівня взаємодії) дає змогу вчасно коригувати стратегію та оптимізувати рекламний бюджет. Систематичний аналіз активності конкурентів відкриває можливості запозичувати ефективні практики та уникати чужих помилок. Співпраця з релевантними інфлюенсерами допоможе розширити аудиторію та підвищити лояльність клієнтів. Організація конкурсів і акцій стимулює зростання підписної бази й утримання існуючих клієнтів. Інтеграція CRM-інструментів для збору даних про поведінку підписників сприятиме персоналізації майбутніх рекламних кампаній. Проведення follow-up-аналізу через 1–2 місяці після запуску дозволить оцінити довгостроковий вплив стратегії та своєчасно впровадити необхідні коригування. Формування коротких щомісячних звітів із ключовими інсайтами та рекомендаціями забезпечить прозорість і контроль за реалізацією рекламних активностей. У

результаті впровадження цих кроків ФОП «Муратов» отримає цілеспрямовану й ефективну рекламну присутність в Instagram, що зміцнить його позиції на ринку.

Розроблення та впровадження семінару з корпоративної культури, зокрема як методу удосконалення внутрішньої взаємодії, є важливим етапом у процесі управління бізнес-процесами підприємства. Корпоративна культура безпосередньо впливає на ефективність взаємодії між підрозділами та окремими співробітниками, що в свою чергу забезпечує злагоджену роботу підприємства. Семінар, спрямований на покращення комунікації та співпраці в колективі, дозволяє знизити внутрішні бар'єри, що перешкоджають ефективному виконанню бізнес-процесів. Це сприяє оптимізації робочих процесів, підвищує рівень задоволеності персоналу та їх залученості до досягнення спільних цілей. Впровадження подібних заходів дозволяє розвивати атмосферу довіри та відкритості в організації, що є необхідною умовою для досягнення високих результатів у кожному бізнес-процесі. Оскільки ефективність управління підприємством безпосередньо залежить від правильно організованої внутрішньої взаємодії, семінари з корпоративної культури стають одним із ключових інструментів для удосконалення управлінських практик.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У дипломній роботі здійснено теоретичний аналіз та розроблено практичні рекомендації щодо розроблення практичних рекомендацій з удосконалення управління бізнес-процесами підприємства

Відповідно до поставленої мети, у дослідженні послідовно реалізовано такі завдання:

1. Розглянути концептуальні підходи до вдосконалення управління основними бізнес-процесами в сучасних підприємствах.

У здійснено детальний аналіз сучасних стратегій управління ключовими бізнес-процесами. Виявлено, що технологічні інновації є основними факторами, які сприяють трансформації та оптимізації цих процесів. Використання роботизованих систем, штучного інтелекту та інших передових технологій дозволяє компаніям не лише автоматизувати рутинні завдання, але й ефективніше досягати стратегічних цілей, підвищуючи конкурентоспроможність на ринку.

Особливу увагу приділено роботизації, яка забезпечує підвищену швидкість і точність виконання операцій, що є важливими складовими ефективності будь-якої діяльності. Водночас, штучний інтелект має значний вплив на сферу медицини, зокрема в аналізі медичних зображень і діагностиці, що дозволяє значно покращити якість медичних послуг. У роздрібній торгівлі технологічні інновації, зокрема алгоритми штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, демонструють свою ефективність у залученні та утриманні клієнтів.

Таким чином, проведений аналіз підтверджує, що технологічні інновації не тільки полегшують управлінські та виробничі процеси, але й відкривають нові перспективи для розвитку підприємств у різних галузях. Їх впровадження стає стратегічним кроком для отримання конкурентної переваги, що сприяє стабільному розвитку підприємства в умовах сучасного ринку.

Аналіз стратегій управління, проведений у розділі, слугує основою для вдосконалення існуючих бізнес-процесів. Завдяки цьому дослідженню вдалося виявити ключові проблеми та можливості для оптимізації, що в подальшому дозволяє зробити підприємства більш ефективними та стійкими. Зокрема, роботизація та використання штучного інтелекту були визначені як найбільш перспективні напрямки розвитку.

Окрім того, в роботі підкреслено важливість аналітичних інструментів, які застосовуються в фінансовому секторі, медицині та роздрібній торгівлі. Вони дозволяють знижувати витрати, покращувати якість обслуговування клієнтів і підвищувати ефективність управління підприємством.

Наголошено також на необхідності гнучкості та адаптивності підприємств у відповідь на швидкі зміни ринкових умов. Зрозуміло, що успішне впровадження запропонованих методів оптимізації вимагає не тільки технічної, але й культурної трансформації в організації. Створення сприятливої корпоративної культури для інновацій, постійне навчання персоналу та система взаємного стимулювання є важливими складовими досягнення успіху в оптимізації ключових бізнес-процесів.

Отже, технологічні інновації відіграють вирішальну роль у розвитку підприємств і є основою для ефективного управління бізнес-процесами. Вони дозволяють оптимізувати виробничі процеси, зменшити витрати і підвищити продуктивність у різних галузях. Наприклад, у виробництві використання роботів і автоматизованих систем сприяє зменшенню затрат і підвищенню ефективності. Водночас, технології блокчейн у фінансах гарантують безпеку транзакцій, а штучний інтелект у медицині дозволяє точніше і швидше ставити діагнози, покращуючи якість медичних послуг. У роздрібній торгівлі ж системи штучного інтелекту створюють персоналізовані пропозиції для клієнтів, що, в свою чергу, підвищує лояльність та сприяє росту продажів.

2. Досліджено діючу модель управління ключовими бізнес-процесами ФОП «Муратов».

Опис організаційної структури управління та впровадженої системи управління на підприємстві ФОП «Муратов» свідчить про високий рівень організованості та системності в управлінні ключовими бізнес-процесами. Структура підприємства побудована таким чином, щоб забезпечити чіткий розподіл обов'язків, ефективну взаємодію між відділами та оперативне прийняття управлінських рішень. Кожен функціональний підрозділ має власні задачі, зосереджені на досягненні стратегічних цілей компанії, що підвищує загальну результативність діяльності.

Централізоване керівництво та координація між відділами дозволяють забезпечити гнучкість в управлінні, а також швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Впровадження ERP-системи є важливим елементом удосконалення управлінських процесів, оскільки вона інтегрує всі функціональні напрямки компанії в єдину інформаційну систему. ERP-система дозволяє автоматизувати щоденні операції, покращити фінансовий контроль, підвищити точність обліку та мінімізувати людський фактор у процесах управління.

Системна взаємодія між організаційною структурою та інформаційними технологіями забезпечує стабільність роботи підприємства, підвищує прозорість управлінських рішень і сприяє довгостроковому розвитку. Завдяки впровадженій системі управління, ФОП «Муратов» здатен не лише оптимізувати внутрішні процеси, а й зосередитись на стратегічному зростанні та розширенні клієнтської бази. Високий рівень координації діяльності між відділами дозволяє досягати високої якості обслуговування споживачів, що є важливою конкурентною перевагою.

Таким чином, ефективна організаційна структура в поєднанні з сучасною ERP-системою створює міцне підґрунтя для стабільного функціонування підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та формування позитивного іміджу на ринку. Підприємство має достатній потенціал для подальшого вдосконалення своїх бізнес-процесів, підвищення продуктивності персоналу та досягнення нових стратегічних цілей.

Використання трудових ресурсів на підприємстві ФОП «Муратов» є ефективним і стабільним, що підтверджується низьким рівнем плинності кадрів та поступовим зростанням чисельності персоналу. Показники продуктивності праці демонструють позитивну динаміку, що свідчить про результативне управління персоналом і впровадження сучасних підходів до організації праці. Підприємство активно інвестує в розвиток ключових напрямів – зокрема продажів, маркетингу та логістики – що дозволяє швидко реагувати на зміни ринку. Стабільність у складі працівників свідчить про позитивний психологічний клімат і ефективну мотиваційну систему. Розширення кадрового потенціалу супроводжується підвищенням ефективності внутрішніх процесів і зміцненням командної взаємодії. Такий підхід забезпечує конкурентоспроможність підприємства та створює передумови для його сталого розвитку в майбутньому.

3. Розроблено систему заходів для покращення управління основними бізнес-процесами підприємства

Глибокий аналіз демографічних та психографічних характеристик аудиторії дозволяє точно таргетувати рекламні повідомлення та уникнути марних витрат на охоплення нерелевантних сегментів. При цьому належне оформлення профілю в Instagram із використанням корпоративних кольорів, логотипу й єдиного візуального стилю суттєво зміцнює впізнаваність бренду ФОП «Муратов» і підвищує рівень довіри потенційних клієнтів. Розроблений контент-план, який поєднує рекламні, освітні та розважальні пости, сприяє підтриманню балансу між комерційними цілями та інтересами аудиторії, що, у свою чергу, підвищує залученість підписників. Оптимізація часу публікацій з урахуванням активності користувачів забезпечує максимальне охоплення дописів і підсилює ефективність кожної кампанії. Якісний візуальний контент, що акцентує увагу на унікальних перевагах продукції, викликає емоційний відгук і стимулює взаємодію з брендом. Використання Instagram Stories із інтерактивними інструментами опитувань і голосувань не тільки підвищує активність підписників, а й дає змогу оперативно отримувати зворотний

зв'язок. Таргетована реклама, налаштована на основі аналітичних даних платформи, дозволяє залучати найактивніших і найбільш зацікавлених користувачів. Регулярний моніторинг ключових показників (конверсії, охоплення та рівня взаємодії) дає змогу вчасно коригувати стратегію та оптимізувати рекламний бюджет. Систематичний аналіз активності конкурентів відкриває можливості запозичувати ефективні практики та уникати чужих помилок. Співпраця з релевантними інфлюенсерами допоможе розширити аудиторію та підвищити лояльність клієнтів. Організація конкурсів і акцій стимулює зростання підписної бази й утримання існуючих клієнтів. Інтеграція CRM-інструментів для збору даних про поведінку підписників сприятиме персоналізації майбутніх рекламних кампаній. Проведення follow-up-аналізу через 1–2 місяці після запуску дозволить оцінити довгостроковий вплив стратегії та своєчасно впровадити необхідні коригування. Формування коротких щомісячних звітів із ключовими інсайтами та рекомендаціями забезпечить прозорість і контроль за реалізацією рекламних активностей. У результаті впровадження цих кроків ФОП «Муратов» отримає цілеспрямовану й ефективну рекламну присутність в Instagram, що зміцнить його позиції на ринку.

Розроблення та впровадження семінару з корпоративної культури, зокрема як методу удосконалення внутрішньої взаємодії, є важливим етапом у процесі управління бізнес-процесами підприємства. Корпоративна культура безпосередньо впливає на ефективність взаємодії між підрозділами та окремими співробітниками, що в свою чергу забезпечує злагоджену роботу підприємства. Семінар, спрямований на покращення комунікації та співпраці в колективі, дозволяє знизити внутрішні бар'єри, що перешкоджають ефективному виконанню бізнес-процесів. Це сприяє оптимізації робочих процесів, підвищує рівень задоволеності персоналу та їх залученості до досягнення спільних цілей. Впровадження подібних заходів дозволяє розвивати атмосферу довіри та відкритості в організації, що є необхідною умовою для досягнення високих результатів у кожному бізнес-процесі.

Оскільки ефективність управління підприємством безпосередньо залежить від правильно організованої внутрішньої взаємодії, семінари з корпоративної культури стають одним із ключових інструментів для удосконалення управлінських практик.

Основні положення дипломного дослідження було успішно впроваджено в діяльність ФОП «Муратов», що підтверджує їхню практичну ефективність і актуальність

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Багорка, Д., & Верцева, А. (2024). Управління бізнес-процесами та методи їх вдосконалення для забезпечення інноваційного розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*, (66). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-40> (дата звернення: 14.04.2025)
2. Банщиків П.Г., Гордієнко В.М., Скитьова Г.С. Управління бізнеспроцесами підприємства: навч. посіб. Київ. 2010. 283 с.
3. Бойчук Н. Я., Орел В.В. Оптимізація управління бізнес-процесами на підприємствах України. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2016. № 17. С. 173-180.
4. Бондаренко В.М., Бутусов О.Д., Герзанич В.М. Суть та класифікація бізнес-процесів в сучасній науковій парадигмі: Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики. 2019. С. 295–298.
5. Вінничук О.Ю. Аналіз систем управління бізнес-процесами для малого і середнього бізнесу. Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. 2012. С. 311-317.
6. Гаврильченко О. В. Удосконалення бізнес-процесів підприємства з використанням методів експертного аналізу. *Економіка на управління підприємствами*. 2018. № 16. С. 270-276. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/41.pdf (дата звернення: 12.04.2025)
7. Гайдаєнко О. М., Шевчук Н. С. Методичні аспекти вдосконалення бізнес-процесів підприємств. *Причорноморські економічні студії (економіка та управління підприємствами)*. 2019. Вип. 45. С. 51-55. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-9> (дата звернення: 15.04.2025)
8. Глушевський В.В. Моделювання потокових процесів розподілу ресурсів і продукції на мережі бізнес-процесів підприємства. *Вісник КНУТД*:

Серія «Економічні науки». 2015. №2 (85). С.139-148.

9. Гончаренко О.В., Багорка Д.А., Єфремов Д.Ю. Інноваційний бізнес як детермінанта формування інклюзивної економіки. Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету. Науковий журнал. Кам'янське: Дніпровський державний технічний університет, 2023. № 1(6). С. 7-14.

10. Данченко О. Б. Практичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів: навч. посіб. Київ. 2017. 238 с.

11. Дергачов Є. В., Фіщук К. О. Методичні підходи до аналізу та оптимізації бізнеспроцесів. Ефективна економіка. 2020. № 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.99 (дата звернення: 19.04.2025)

12. Дуднєва Ю.Е., Обиденнова Т.С., Васильєва М.О. Контролінг на малих підприємствах: особливості, проблеми та перспективи. Причорноморські економічні студії. Випуск 52-1. 2020. С 128-133. <https://doi.org/10.32843/bses.52-20>. (дата звернення: 14.04.2025)

13. Єршова О. О. Зарубіжний досвід ефективного управління бізнес-процесами підприємств. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2016. № 6. С. 66-79.

14. Климчук М. М. Концептуально-методологічні засади управління бізнес-процесами на підприємстві. Формування ринкових відносин в Україні. 2020. № 12. С. 85-91.

15. Колосов А. М., Коваленко О. В., Кучеренко С. К., Бикова В. Г. Економічне управління підприємством: навч. посіб. Староб. 2015. 352 с.

16. Кондратюк О.М., Пшеничний В.І. Бізнес-планування в підприємницькому середовищі: теоретичний аспект. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. №26. С. 90-94.

17. Коненко В. В. Розробка алгоритму проведення реінжинірингу бізнес-процесів. Ефективна економіка. 2019. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_41(дата звернення: 12.04.2025)

18. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських

підприємств: проблеми та перспективи. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2013. Вип. 3. С. 64-69.

19. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2013. С. 64-69.

20. Кравченко В. І. Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві: теоретичні аспекти та практичні рекомендації . Економічні науки. 2018. 77-82с.

21. Кравченко В. І., Деркач О.В. Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві: навчальний посібник Київ: КНЕУ, 2019. 120 с.

22. Кропива Т. І. Використання бенчмаркінгу в управлінні виробничими підприємствами. Вісник Хмельницького національного університету. 2012. № 1. С. 174–177.

23. Круш П. В., Орлюк Ю.В. Теоретичні основи управління матеріальними запасами підприємств. Економічний вісник Національного технічного університету України. 2017. № 14. С. 239-245.

24. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту: підручник. Київ. 2007. 464 с.

25. Лаврук В.В., Лаврук О.С. Управління мотивацією інноваційної діяльності. Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. 2012. №1. С. 376-381.

26. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства: монографія. Харків. 2012. 314 с.

27. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Реінжиніринг бізнес-процесів: навч. посіб. у схемах і таблицях. Харків. 2009. 80 с.

28. Лышанський О.В. Оцінка ефективності бізнес процесів підприємства Вісник Сумського національного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2018. Вип. (76). С. 53–56.

29. Мулик Т. О. Організація діагностики діяльності підприємства та його бізнес-процесів: теоретико-методичні підходи. Modern Economics. 2019.

№ 17. С. 158-164. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V17\(2019\)-25](https://doi.org/10.31521/modecon.V17(2019)-25). (дата звернення: 10.04.2025)

30. Нетепчук В.В. Управління бізнес-процесами: навч. посіб. Рівне. 65 2014. 158с

31. Нищенко О.В. Підходи до визначення та класифікації бізнес-процесів виробничого підприємства. Вісник Одеського національного університету. 2015. Т. 20, Вип. 5. С. 127-131.

32. Обиденнова Т.С., Антипцева О. Ю., Дуднєва Ю. Е. Вплив ресурсного забезпечення підприємств на проведення антикризових заходів. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 200-205. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/impact-of-resource-provision-of/> (дата звернення: 12.04.2025)

33. Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві: навч. посіб. / Мельник В. І. та ін.; Київ: Центр учбової літератури, 2018. 200 с.

34. Оптимізація бізнес-процесів: документування, аналіз, управління, оптимізація / Дж. Харрінгтон та ін.; 2009. 328с.

35. Парсяк В.Н. Управління бізнес-процесами – інструмент підвищення ефективності організацій. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 7. С. 131–138.

36. Прокопенко М. О. Удосконалення класифікації бізнес-процесів промислових підприємств. Ефективна економіка. 2021. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.202 (дата звернення: 15.04.2025)

37. Сарай Н.І. Оптимізація управління бізнес-процесами на підприємстві. Інноваційна економіка. 2020. № 1-2. С. 79-84.

38. Степанова О. В., Обиденнова Т. С., Степанова Н. С. Визначення системи цілей та оцінка рівня сталого розвитку промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2024. №2. С. 166–175. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-166-175> (дата звернення: 12.04.2025)

39. Тендюк А. О., Стрижеус Л. В., Бондарович Ю. Ю. Методичні підходи до оцінки бізнеспроцесів. Економічні науки. Серія «Регіональна

економіка». 2022. № 19(75). С. 248-255. DOI: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19\(75\)-29](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19(75)-29). (дата звернення: 15.04.2025)

40. Тігарєва В. А., Станкевич І. В. Аналіз існуючих підходів та методів оцінювання бізнес-процесів підприємств та організацій. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського, 2016. С. 113-122..

41. Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів: навч. посіб. для вищ. навч. закл. Київ. 2012. 295 с.

42. Фролова Л.В., Роженко О.В. Управління підприємством на основі забезпечення його економічної безпеки: монографія. Кривий Ріг. 2018. 210 с.

43. Харченко Ю. А. Напрями вдосконалення операційної системи підприємств нафтогазової галузі. Ефективна економіка. 2022. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10031> (дата звернення: 15.04.2025)

44. Хохлов М. П., Лола Ю. Ю. Логістично-реінжиніринговий підхід до управління матеріальними ресурсами підприємства: монографія. Харків. 2012. 187 с.

45. Череп А. В., Олейнікова Л. Г., Череп О. Г. та ін. Управління інноваційним розвитком підприємств на основі реінжинірингу: монографія. Запоріжжя. 2009. 270 с.

46. Чернов С.К., Малий В.В. Управління проектами: навч. посіб. Миколаїв. 2010. 370 с. 37. Швиданенко Г.О., Приходько Л.М. Оптимізація бізнес-процесів: навч. посіб. Київ. 2012. 487с.

47. Чорнобай Л.І., Дума О.І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть: Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 769. С. 125–131. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VNULPM_2013_769_20.pdf (дата звернення: 19.04.2025)

48. Яворська Т. І. Методологія вдосконалення управління бізнес-процесами у сільськогосподарських підприємствах. Збірник наукових праць

Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2018. № 2 (37). С. 154-161. DOI: 10.31388/2519-884X-2018-37-154-16 (дата звернення: 12.04.2025)

49. Н. James Harrington, E. K. C. Esseling, H. van Nimwegen (1997). *Business Process Improvement Workbook: Documentation, Analysis, Design, and Management of Business Process Improvement* 1st Edition. McGraw Hill Professional, 314.

50. Obydiennova, T., Kharabara, V., Zabashtanskyi, M., Nazarko, S., & Havronskyi, A. (2024). THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMIC SYSTEMS. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 46(1), 63–70. <https://doi.org/10.15544/mts.2024.07> (дата звернення: 13.04.2025)

51. Prokhorova, V.; Zalutska, K.; Fedorova, Y.; Obydiennova, T. & Prykhodchenko, O. (2023). Ensuring sustainable development of a region in the strategic period. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. EID: 2-s2.0-85171279127/ DOI: 10.15587/1729-4061.2023.285418 (дата звернення: 15.04.2025)

52. The official site of OpenAI (2023), «ChatGPT: Optimizing Language Models for Dialogue», URL: <https://openai.com/blog/chatgpt/>(датазвернення: 19.05.2023)

53. Vahanian, Alec, et al. "2021 ESC/EACTS Guidelines for the management of valvular heart disease: developed by the Task Force for the management of valvular heart disease of the European Society of Cardiology (ESC) and the European Association for Cardio-Thoracic Surgery (EACTS)." *European heart journal* 43.7 (2022): 561-632.

ДОДАТКИ

Міністерство освіти і науки України
ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»
Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна
Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

Демонстраційний матеріал до дипломної роботи на тему :

«Удосконалення управління бізнес-процесами підприємства»

Виконав:

здобувач гр. ДМП-МТ21

Володимир АРТЬОМОВ

Науковий керівник:

к.е.н., доц. Тетяна ОБИДЄННОВА

1

Метою дипломної роботи є розроблення практичних рекомендацій з удосконалення управління бізнес-процесами підприємства.

Об'єкт дослідження – процес удосконалення управління ключовими бізнес-процесами підприємства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і прикладних підходів щодо удосконалення управління ключовими бізнес-процесами підприємства.

Методи дослідження – графічний метод, метод формалізації, метод аналізу та синтезу, системний аналіз, метод систематизації та узагальнення, системно-структурний метод.

2

Принципи Lean-підходів для ефективного управління бізнес-процесами



Організаційна структура ФОП «Муратов»

3



Переваги впровадження ERP-системи для управління

4

бізнесом:

- **Зростання продуктивності компанії** – завдяки автоматизації значної кількості процесів зменшується обсяг ручної праці, що дозволяє персоналу зосередитися на більш складних завданнях. В результаті підвищується ефективність роботи та знижується кількість помилок.
- **Єдина база даних** – централізоване зберігання всієї інформації забезпечує доступність і цілісність даних для всіх підрозділів. Це спрощує аналітику та полегшує комунікацію між відділами.
- **Розширений контроль** – керівництво має можливість у будь-який момент отримувати інформацію про стан справ у компанії та оперативно впливати на ситуацію. Це дозволяє запобігати кризовим ситуаціям і ефективно розв'язувати проблеми.
- **Поліпшення процесів** – усунення дублювання функцій, оптимізація витрат часу та ресурсів сприяють збільшенню загальної ефективності діяльності. Налагоджена система дозволяє прискорити обробку замовлень і підвищити якість обслуговування.
- **Підвищення ринкової стійкості** – впровадження ERP робить компанію більш адаптивною до вимог сучасного ринку, дає змогу швидко реагувати на зміни та впроваджувати інновації. Це відкриває шлях до розширення присутності на ринку та зростання доходів.

Аналіз використання трудових ресурсів підприємства

5

Склад та чисельність персоналу ФОП «Муратов» за 2022-2024 рр., осіб.

Посада	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Директор	1	1	1
Менеджер з продажу	3	4	5
Логіст	2	2	3
ІТ-фахівець	2	2	2
Фінансовий аналітик	1	1	1
Спеціаліст з маркетингу	2	3	3
Клієнтський менеджер	2	3	3
Оператор call-центру	3	3	4
Кур'єр	2	2	2
Всього	18	21	24

Кваліфікаційна структура персоналу ФОП «Муратов» за 2024р.

Посада	Освіта В – вища, С/С – середня спеціальна	Кількість осіб
Директор	В	1
Менеджер з продажу	В	5
Логіст	В	3
ІТ-фахівець	В	2
Фінансовий аналітик	В	1
Спеціаліст з маркетингу	В	3
Клієнтський менеджер	С/С	3
Оператор call-центру	С/С	4
Кур'єр	С/С	2

Показники обороту трудових ресурсів ФОП «МУРАТОВ» за 2022-2024 рр.

Показник	2022р.	2023р.	2024р.
Середня чисельність працівників	15	17	24
Залучено нових працівників	0	2	7
Вибудовано працівників	0	1	1
Оборот трудових ресурсів (%)	0%	5.88%	4.17%

Заробітна плата працівників ФОП «Муратов» за 2022-2024 рр., тис. грн.

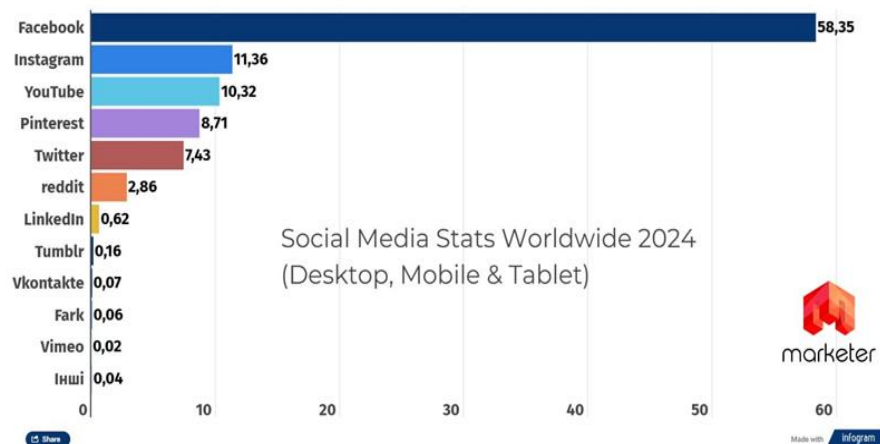
Посада	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Директор	16	18	20
Менеджер з продажу	10	11	13
Логіст	9	10	11,5
ІТ-фахівець	11	13	15
Фінансовий аналітик	14	16	18
Спеціаліст з маркетингу	1	0	12
Клієнтський менеджер	9	10	11
Оператор call-центру	8,5	9,5	10,5
Кур'єр	8	9	10

Структурні зміни у складі трудових ресурсів ФОП «Муратов» за 2022-2024 рр.

Посада	Роки			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2022	2023	2024	2023/2022р.	2024/2023р.	2023/2022р.	2024/2023р.
Директор	1	1	1	-	-	-	-
Менеджер з продажу	3	4	5	1	1	33.33%	25%
Логіст	2	2	3	-	1	-	50%
ІТ-фахівець	2	2	2	-	-	-	-
Фінансовий аналітик	1	1	1	-	-	-	-
Спеціаліст з маркетингу	2	3	3	1	-	50%	-
Клієнтський менеджер	2	3	3	1	-	50%	-
Оператор call-центру	3	3	4	-	1	-	33.33%
Кур'єр	2	2	2	-	-	-	-

6

Рейтинг платформ соціальних мереж в 2024 р. в Україні, %



7

Структура семінару з формування корпоративної культури

Модуль	Тривалість	Основні теми	Метод	Результат
1. Вступ до корпоративної культури	1 год	Поняття, роль у бізнес-процесах	Лекція кейси +	Спільне розуміння термінології
2. Цінності й місія підприємства	1,5 год	Аналіз місії, визначення цінностей	Робота в групах	Узгоджений набір цінностей
3. Комунікаційні бар'єри	2 год	Типи бар'єрів, їх вплив	Розбір реальних ситуацій	Карта комунікаційних «вузлів»
4. Практики ефективної взаємодії	2 год	Feedback-culture, фасилітація зустрічей	Рольові ігри	Прототип сценарію щотижневої зустрічі
5. Інтеграція в бізнес-процеси	1,5 год	Крос-функціональні workflows	Мозковий штурм + діаграми процесів	Оновлені бізнес-процеси з вбудованою культурною практикою
6. Оцінка та подальший розвиток	1 год	Метрики, KPI, анкетування	Підготовка інструментів оцінки	План моніторингу та корекцій

Продовження додатку А

8

Етап	Детальні дії
1. Діагностика поточної культури	<ol style="list-style-type: none"> 1. Онлайн-опитування: Формування анкети з ключовими питаннями про цінності, стиль комунікацій та рівень довіри між підрозділами; розсилка всім працівникам із дедлайном 1–2 тижні. 2. Глибинні інтерв'ю: Вибір представників кожного відділу (керівники, middle-level, виконавці) та проведення особистих чи відео-розмов для уточнення нюансів, виявлення «точок болю» у взаємодії. 3. Збір метрик: Вимірювання середнього часу реакції на запити та кількості випадків ескалації рішень за останні 3–6 місяців; аналіз логів комунікаційних платформ.
2. Розробка контенту та матеріалів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Презентації: Створення слайдів із визначенням місц, шпестей і прикладами успішних культурних практик; підготовка візуальних схем бізнес-процесів. 2. Робочі листи: Розробка шаблонів для групової роботи (matrix-аналіз, SWOT, картування стейкхолдерів) з інструкціями та ключовими питаннями для обговорення. 3. Кейси: Підбір 2–3 реальних ситуацій із внутрішньої практики підприємства або галузевих аналогів для аналізу та обговорення. 4. Шаблони фідбеку: Підготовка бланків для збору зворотного зв'язку під час модулів і після завершення семінару (анкети, опитувальники з рейтингом).
3. Пілотне тестування	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вибір відділу: Обрати один департамент із репрезентативними процесами (наприклад, маркетинг або продажі). 2. Проведення міні-семінару: Залучити 10–12 учасників, провести всі модулі в скороченому форматі (половина часу). 3. Збір відгуків: Після кожного модуля учасники заповнюють короткі анкети (What? So what? Now what?) та дають усні рекомендації. 4. Аналіз результатів: Зіставлення отриманих коментарів із запланованими цілями; корекція структури, тривалості модулів та методів подачі матеріалу.
4. Масштабне впровадження	<ol style="list-style-type: none"> 1. Графік сесій: Узгодити з керівниками всіх підрозділів календар проведення (групи по 15–20 осіб), щоб не зупиняти операційну діяльність. 2. Координаційні зустрічі: Провести короткі брифінги з керівниками та «послами культури» у кожному відділі для узгодження очікувань та ролей. 3. Ресурсна підтримка: Забезпечити приміщення, техніку, роздаткові матеріали й онлайн-платформу для гібридного формату. 4. Моніторинг проходження: Відстежувати відвідуваність і оперативно вирішувати організаційні питання.
5. Оцінка ефективності	<ol style="list-style-type: none"> 1. Порівняння метрик: Зібрати ті самі показники, що й на етапі діагностики (час реакції, кількість ескалацій), а також нові (рейтинг задоволеності, NPS внутрішньої взаємодії). 2. Повторне опитування: Повторити онлайн-анкети та інтерв'ю через 1–2 місяці після семінару для виявлення динаміки змін. 3. Follow-up сесії: Організувати регулярні зустрічі (кожні 3–6 місяців) із ключовими учасниками для обговорення труднощів і корекції культурних практик. 4. Звітність: Підготувати звіт зі зривом дописів та рекомендаціями для подальшого розвитку корпоративної культури.

Етапи розробки та впровадження семінару з формування корпоративної культури