

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Сумський державний університет**  
Науково-навчальний інститут бізнесу, економіки і менеджменту  
Кафедра управління імені Олега Балацького

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ І.І. Рекуненко

\_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності **073 «Менеджмент»**  
освітньо-професійної програми «Менеджмент»

на тему:

**«Застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами  
роздрібною торгівлі (на прикладі ФОП Садовий С.М.)»**

Здобувача групи **ЕН-93/1м** Садового Владислава Сергійовича

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.  
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на  
відповідне джерело.

Владислав Садовий

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник

к.е.н., доц. Д.О. Смоленніков

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Суми – 2023**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Науково-навчальний інститут бізнесу, економіки і менеджменту  
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ І.І. Рекуненко  
\_\_\_\_\_ 2023 р.

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

(бакалавр / магістр)

зі спеціальності \_\_\_\_\_ 073 «Менеджмент» \_\_\_\_\_

(код та назва)

Освітньо-наукової програми \_\_\_\_\_ «Менеджмент» \_\_\_\_\_

(освітньо-професійної / освітньо-наукової)

(назва програми)

Здобувача групи ЕН-93/1м Садового Владислава Сергійовича \_\_\_\_\_

(шифр групи)

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи "Застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами роздрібною торгівлі (на прикладі ФОП Садовий С.М.)" затверджена наказом 0569-VI від 25.05.2023 р.
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.
3. Мета кваліфікаційної роботи: дослідження та визначення основних особливостей та завдань застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами підприємств роздрібною торгівлі.
4. Об'єкт дослідження: ФОП Садовий С.М.
5. Предмет дослідження: організаційні та економічні процеси, які виникають під час застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами роздрібною торгівлі.
6. Кваліфікаційна робота виконується на підставі наукової та навчально-методичної літератури законодавчих й нормативних актах України, що регламентують порядок діяльності підприємства, інформації про історію створення та розвиток ФОП Садовий С.М.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Розділ 1 Теоретичні засади застосування інформаційних технологій в торгово-маркетинговій діяльності	08.05.2023
II	Розділ 2 Організація роботи ефективних інформаційних систем на підприємствах торгівлі	17.05.2023

III	Розділ 3 Удосконалення використання інформаційних технологій (на прикладі ФОП Садовий С.М.)	25.05.2023
-----	---	------------

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен розглянути теоретичні засади застосування інформаційних технологій в торгово-маркетинговій діяльності; визначити роль та сутність інформаційних технологій в управлінні комерційними підприємствами; дослідити використання товарооблікових систем в галузі торгівлі.

У розділі 2 студент повинен дослідити організацію роботи ефективних інформаційних систем на підприємствах торгівлі; розглянути інформаційне забезпечення контролінгу операційної діяльності підприємств торгівлі; дослідити розвиток автоматизованих інформаційних систем та їх вплив на діяльність підприємств торгівлі; визначити інформаційне забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів підприємств торгівлі.

У розділі 3 студент повинен визначити рівень ефективності використання інформаційних технологій як фактору підвищення конкурентоздатності (на прикладі ФОП Садовий С.М.); визначити шляхи ефективного використання інформаційних технологій у сфері роздрібно торгівлі.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника/консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання 08.05.2023

Керівник кваліфікаційної роботи – к.е.н., доцент Д.О. Смоленніков \_\_\_\_\_  
(підпис)

Завдання до виконання одержав – В.С. Садовий \_\_\_\_\_  
(підпис)

## АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі бакалавра проаналізовано аспекти формування, сучасного використання та перспектив розвитку інформаційних технологій в торгівлі. На основі результатів проведеної роботи зроблено висновки про те, що швидкий інформаційний та технологічний прогрес вплинули на зміст оптової та роздрібною торгівлі в усіх її аспектах. Проаналізовано використання автоматизованих інформаційних систем на підприємствах торгівлі та визначено перспективи подальшого розвитку. Проаналізовано використання та перспективи розвитку програмних продуктів. Визначено роль інформаційного забезпечення в інтегрованій системі економічної безпеки бізнес–процесів торговельних підприємств. Запропоновано схему інформаційного забезпечення економічної безпеки бізнес–процесів торговельних підприємств. Визначено шляхи ефективного використання інформаційних технологій у сфері роздрібною торгівлі.

Об'єкт дослідження – торговельна компанія ФОП Садовий С.М.

Предмет дослідження – організаційні та економічні процеси, які виникають під час застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами роздрібною торгівлі.

Робота включає в себе вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, який містить 51 найменування. Загальний обсяг роботи становить 51 сторінку, у тому числі 6 рисунків.

*Ключові слова:* торговельне підприємство, автоматизація, інформаційні технології, інформаційне забезпечення, бізнес–процеси підприємства торгівлі, інформаційна безпека.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТОРГОВО-МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	8
1.1 Роль та сутність інформаційних технологій в управлінні комерційними підприємствами .....	8
1.2 Використання товароблікових систем в галузі торгівлі .....	14
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЕФЕКТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ.....	23
2.1 Інформаційне забезпечення контролінгу операційної діяльності підприємств торгівлі.....	23
2.2 Динаміка автоматизації інформаційних систем та їх вплив на діяльність підприємств роздрібної торгівлі.....	28
2.3 Інформаційне забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів підприємств торгівлі .....	33
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ФОП САДОВИЙ С.М.).....	40
3.1 Структура та особливості реалізації інформаційного забезпечення у ФОП Садовий С.М. ....	40
3.2 Шляхи ефективного використання інформаційних технологій у сфері маркетингу роздрібної торгівлі.....	44
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	48

## ВСТУП

Розвиток економіки та бізнес-процесів в Україні призвели до значних змін у бізнес–середовищі для торговельних компаній. Подальша глобалізація, діджиталізація та мережева інтеграція вимагають створення комплексних систем управління для сучасних торговельних організацій. Корпоративна інформаційна система (КІС) – це комплекс інформаційних технологій, який підтримує автоматизацію управлінських функцій компанії (організації) та надає інформацію для прийняття управлінських рішень. Вона реалізує філософію управління, яка поєднує корпоративну стратегію управління з передовими інформаційними технологіями. Автоматизація управління комерційною діяльністю базується на узагальнюючих принципах і являє собою процес, за допомогою якого органи управління економікою оволодівають методами і технологіями автоматизованої обробки даних, отримують необхідну інформацію, приймають на її основі оптимальні управлінські рішення і доводять їх безпосередньо до виконавців

Інформаційні технології – це більше, ніж комбінація окремих програм чи платформ, які виконують всі функції, необхідні організації в даний момент часу. З іншого боку, це інтегрований програмно–апаратний комплекс, який може задовольнити поточні та майбутні потреби організації в обробці даних. При розробці корпоративних систем необхідно забезпечити концептуальну узгодженість бізнес–процесів, технічну цілісність, а також відповідність функціональності робочих місць співробітників їхнім посадовим обов'язкам.

Метою даної кваліфікаційної роботи бакалавра є дослідження та визначення основних особливостей та завдань застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами підприємств роздрібної торгівлі. Основними завданням кваліфікаційної роботи є наступні:

- дослідити теоретичні засади застосування інформаційних технологій в торгово-маркетинговій діяльності;

- визначити роль та сутність інформаційних технологій в управлінні комерційними підприємствами;
- дослідити використання товарооблікових систем в галузі торгівлі;
- дослідити організацію роботи ефективних інформаційних систем на підприємствах торгівлі;
- розглянути інформаційне забезпечення контролінгу операційної діяльності підприємств торгівлі;
- дослідити динаміку автоматизації інформаційних систем та їх вплив на діяльність підприємств роздрібною торгівлі;
- визначити інформаційне забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів підприємств торгівлі;
- визначити рівень ефективності використання інформаційних технологій як фактору підвищення конкурентоздатності (на прикладі ФОП Садовий С.М.);
- визначити шляхи ефективного використання інформаційних технологій у сфері роздрібною торгівлі.

Об'єкт дослідження – торговельна компанія ФОП Садовий С.М. Складність моделювання та прогнозування стану об'єкта управління полягає у використанні формалізованих методів, тобто аналізу його на основі наближених, а не точних даних. У зв'язку з цим необхідний змістовний контроль формалізованої системи управління, який виражається в прийнятті рішень, що модифікують управлінські дії і прогнози, раніше розроблені такими методами. Впливовим методом організаційної стабілізації є механізм взаємодії між суб'єктами управління з метою створення, підтримки та вдосконалення організаційної структури.

Предмет дослідження – організаційні та економічні процеси, які виникають під час застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами роздрібною торгівлі.

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТОРГОВО–МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

### 1.1 Роль та сутність інформаційних технологій в управлінні комерційними підприємствами

Винахід комп'ютера в середині минулого століття відкрив нові можливості для обробки інформації. Комп'ютери почали використовувати для вирішення бізнес–завдань та управління бізнес–процесами.

Комп'ютерні інформаційні технології дозволяють знаходити відповіді на конкретні проблеми. Вона також надає прогнози щодо розвитку комерційної ситуації в країні в цілому. Вона необхідна для фінансово-бухгалтерських процесів, створення аналітичних звітів і зберігання великих обсягів інформації. У цих сферах її переваги максимізуються.

Інформаційні технології дозволяють торговельним компаніям миттєво реагувати на ринкові зміни, приймати рішення в режимі реального часу та аналізувати поведінку споживачів.

Завдяки інформаційним технологіям компанії мають багато можливостей:

- управляє нескінченною кількістю даних і обробляє всю інформацію, що стосується практично кожної сфери діяльності компанії, від моніторингу ринків до управління внутрішніми комерційними та логістичними процесами;
- для швидкого отримання детальної інформації за темами з урахуванням необхідних нюансів;

надання доступу до архівних матеріалів;

- забезпечення безперервного доступу до баз даних для всіх співробітників компанії та зовнішніх споживачів інформації.

Сучасні інформаційні технології в основному характеризуються наступними особливостями:



- Масштаб. Враховує масштаби діяльності компанії. Великі КІС повинні працювати на великих програмно–апаратних платформах (сервери, операційні системи, системи зв'язку з СУБД) і вимагають значних зусиль фахівців з проектування та впровадження таких систем.
- Багатоплатформні обчислення. КІС вимагають, щоб прикладні програми працювали на декількох платформах і забезпечували однакові інтерфейси і логіку (пункти меню, діалогові вікна, підказки і т.д.). Оскільки реалізувати прикладну програму в декількох середовищах одночасно нелегко, з'явилися інтегровані середовища розробки програмного забезпечення, які значно полегшують міграцію додатків між різними середовищами.
- Працюють в гетерогенному обчислювальному середовищі. На комп'ютерах, що входять до складу системи, працюють різні операційні системи на різних платформах.
- Працюють в мережі. Необхідно підтримувати взаємодію між різними комп'ютерами (на різних платформах), що працюють під управлінням різних операційних систем.
- Розподілені обчислення. Тип клієнт–серверної технології, який розподіляє дані та запити, надіслані клієнтськими комп'ютерами, між кількома машинами для збільшення пропускнуої здатності, уможливлення багатозадачності і, таким чином, максимального використання комп'ютерних ресурсів.
- Колективне використання. Система створює потужний банк даних, який кожен користувач може використовувати відповідно до своїх функціональних обов'язків.
- Розширення можливостей та сервісів. Під час розширення вся система не виходить з ладу, коли додаються нові модулі або зупиняються старі.

Інформаційні системи та технології користуються великим попитом у всіх секторах промислової та комерційної діяльності. Приклади включають закупівлю, складування, дистрибуцію товарів, оптову та роздрібну торгівлю, а

також сферу послуг. Наприклад, мережева торгівля в секторі роздрібної торгівлі характеризується насиченістю інформаційними інструментами та технологіями. Це дозволяє їй збирати інформацію про кінцевого споживача та збирати інформацію про кінцевого споживача, аналізувати її в режимі реального часу та передавати результати аналізу виробникам відповідних товарів (Лосіцька Т.І., Беляєва Н.С., Лагутін В.Д. та Мельник Т.М., 2021).

Головною умовою розробки та прийняття управлінських рішень є організація збору та аналізу інформації. Використання комп'ютерних технологій на етапі збору та обробки інформації одразу підвищує ефективність прийняття рішень та швидкість обробки даних. В даний час існують різні види спеціального програмного забезпечення, що використовується для аналізу та обробки інформації.

Глобальні мережі мають багато переваг, найважливішою з яких є скорочення особистого контакту з клієнтами через психологічну та просторову дистанцію, що створюється (Статистика роздрібного товарообігу в Україні, 2023).

Це відбувається за рахунок створюваної психологічної та просторової дистанції. Цифрова економіка створює транзакційні можливості та окремі мережі, наприклад, для продуктів, транзакцій, валют та фізичних товарів, пропонуючи широкий спектр послуг. Деякі сучасні вчені стверджують, що цифрова економіка пережила інформаційно–технологічну революцію, засновану на системах електронної комерції та інтернет–інфраструктурі.

Ці методи прискорюють розвиток взаємодії між клієнтом і бізнесом із запаморочливою швидкістю. Хоча це приносить конкурентні переваги, продуктивність, виклики та стратегічні переваги, це також несе багато ризиків та тягаря, які впливають на навколишнє середовище, організацію та її працівників.

Щоб залишатися конкурентоспроможними, організації повинні реагувати на численні фактори тиску, включаючи ринковий, економічний і соціальний (соціальна відповідальність є стійкою цінністю), справедливість, етичний і технологічний тиск, а також шукати конкурентоспроможні рішення,

використовуючи стратегічні альянси, електронні ринки, розвиток персоналу і нові рішення з управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM).

Сьогодні існує три основні типи інформаційних технологій. Перший тип – це управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). Воно дозволяє організаціям збирати інформацію про своїх клієнтів і будувати з ними взаємовигідні відносини. Такі відносини сприяють збільшенню прибутку, оскільки вони залучають нових клієнтів і запобігають втраті існуючих (Kupriienko, A. V, 2018).

Системи планування ресурсів підприємства (ERP) в основному складаються з програмного забезпечення, яке підтримує певні функціональні області (наприклад, методи і політики управління операціями). Основною метою є обмін інформацією для підтримки інтегрованих цілей організації в цілому. У цій статті досліджується вплив політики та практики управління операціями (УО), орієнтованої на клієнта, та здатності постачальників програмного забезпечення підтримувати УО на причини прийняття ERP–систем та вибір постачальника CRM – системи управління взаємовідносинами з клієнтами («Статистичні дані», 2020).

Результати підтверджують попередні дослідження, показуючи, що узгодженість дій операційних менеджерів і менеджерів з маркетингу впливає на результати діяльності, зокрема, на придбання програмного забезпечення для управління взаємовідносинами з клієнтами. Це підтверджує необхідність тісної інтеграції цих двох функціональних сфер. Це також показує, що недостатнє обґрунтування впровадження CRM може мати вплив на бізнес в цілому.

Другий тип присвячений системам бізнес–аналітики (BI). Йдеться про системи штучного інтелекту, які замінюють експертів з бізнес–аналізу. Такі системи можуть відповідати на питання про стан компанії в найкоротші терміни. Свої відповіді вони отримують на основі даних бухгалтерського обліку та усталених аналітичних методів (рис. 1.1). Система отримує свої відповіді на основі даних бухгалтерського обліку та усталених аналітичних методів.

Необхідна інформація отримується шляхом практики і розробок, заснованих на досвіді фахівців на практиці.

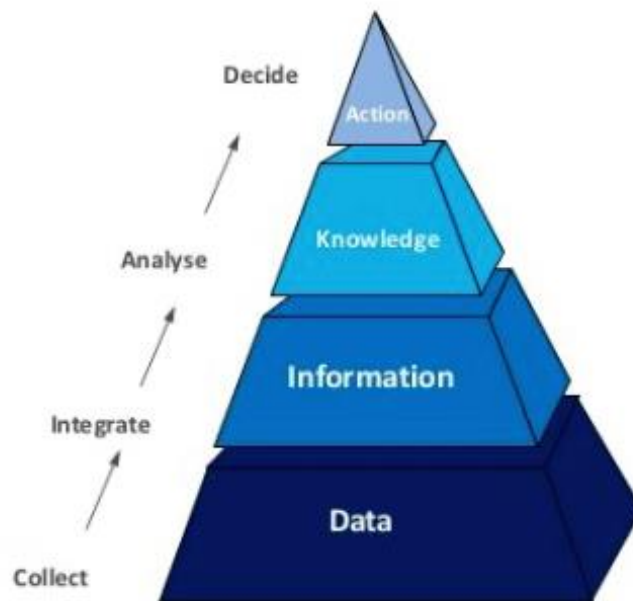


Рисунок 1.1 – Базова структура виду ВІ

Третій тип – це системи інтелектуального аналізу даних (Data Mining, DM). Методи тематичного аналізу навчальних даних часто відрізняються від тих, що описані в літературі з інтелектуального аналізу даних. Це пов'язано з тим, що вони використовують навчальні дані на різних рівнях аналізованої ієрархії (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Головні фактори, які впливають на роботу DM

Інтелектуальний аналіз даних або виявлення знань у базах даних визнано важливою дослідницькою проблемою з широким спектром застосувань. Видобування знань з різних типів баз даних, таких як реляційні бази даних, транзакційні бази даних, об'єктно–орієнтовані бази даних, просторові бази даних, активні бази даних і навіть глобальні інформаційні системи, вийшло на новий рівень (Статистика роздрібного товарообігу в Україні, 2023).

Головною проблемою України в останні роки була економічна криза, яку потрібно поступово долати. Необхідно досягати високих економічних та соціальних результатів, залучати іноземних інвесторів та планувати участь у міжнародних проектах, не забуваючи при цьому про реалізацію концепції інформаційного суспільства, таких як програми Dia та Kyiv Digital. Все це залежить від того, наскільки інформаційні технології використовуються в усіх сферах життя і яку роль ці технології відіграють у підвищенні ефективності суспільної праці.

Нові інформаційні технології сприяють появі наукових і прикладних напрямів інформатизації. В даний час основою для розвитку телекомунікаційних мереж є:

- Будівництво основних телекомунікаційних магістралей з використанням волоконної оптики.
- Завершення етапу створення мереж зовнішнього та локального телефонного зв'язку та перехід на цифрові системи.
- Завершення формування мережі міжнародного та міжміського телефонного зв'язку з переходом на найбільш ефективну та рентабельну цифрову систему.
- Створення системи лазерного зв'язку, національної системи комп'ютеризованого телевізійного мовлення, розвиток наземних і космічних каналів зв'язку.
- Формування інформаційно–комунікаційних мереж освіти і науки.

Інформаційно-комунікаційні системи органів державної влади включатимуть високошвидкісні та звичайні канали зв'язку, розподілені та

локальні мережі різних рівнів і різного призначення. Ці кроки дозволять нашому суспільству впроваджувати широкий спектр інформаційних технологій. Крім того, вони забезпечать швидку та надійну взаємодію між усіма рівнями влади при вирішенні стратегічних загальнодержавних, галузевих та міжгалузевих питань. Надання достатнього асортименту інформаційних послуг, що включають послуги громадянам, державним, а також, комерційним організаціям та іноземним компаніям має бути піднято на новий – більш конкретний і якісний рівень.

## 1.2. Використання товароблікових систем в галузі торгівлі

Сьогодні важко уявити сферу торгівлі без інформаційних технологій. Як мінімум, електронні таблиці використовуються для відстеження навіть невеликих обсягів торгівлі. Чим більший обсяг торгівлі, тим вищі вимоги до торговельних організацій щодо відстеження потоку інформації та прийняття обґрунтованих бізнес-рішень під час руху товарів.

Торгівля як сфера людської діяльності була однією з перших сфер, де почали застосовувати інформаційні технології. Справедливо припустити, що "автоматизована система бухгалтерського обліку" зародилася саме в цій галузі.

У той час податкова інспекція не контролювала касові апарати і потребувала записів для контролю за роботою продавців, яких наймали самі підприємці. У той час податкова інспекція не перевіряла касові апарати і потребувала записів, щоб відстежувати роботу продавців, яких наймали самі підприємці. Підприємці обходили магазини, збирали виручку і звіряли суми з касовими апаратами. Якщо стрічка не збігалася з касовим апаратом, він розбирався з продавцем.

Змінювався час, розвивалася сфера торгівлі, і відповідно, інформаційні технології. Безперечно, люди все ще радіють розумнішим, простішим і зручнішим касовим апаратам, але суть системи залишилася в основному

незмінною. Обсяги торгівлі, велика кількість асортиментів товарів, потік покупців – все це стало значно більшим, ніж сто років тому, і керувати торгівельною організацією без автоматизації стало складно та в певних випадках неможливо.

Оптова торгівля та дистрибуція як вузлові точки в ланцюгу поставок. Вони виступають сполучною ланкою між виробниками та споживачами в різних країнах і на великій відстані один від одного. Тільки найбільші світові виробники можуть створити логістику продажів без посередників. Робота посередників, таких як оптовики та дистриб'ютори, – це складний та багатокomпонентний процес, що включає в себе:

- збирання та аналіз необхідного асортименту продукції для клієнтів;
- залучення нових споживачів продукції та заохочення докупівлі постійних клієнтів;
- розрахунок складських запасів та підтримання їх на оптимальному рівні;
- управління замовленнями;
- управління поставками;
- управління складською логістикою та транспортною логістикою.

Ці та інші завдання вирішують система обліку запасів і торгові модулі ERP–системи. Ну систему управління складом (WMS) покладене завдання складської логістики, а система управління транспортом (TMS) виконує завдання транспортної логістики. Для зовнішньої взаємодії використовуються спеціалізовані системи електронного обміну даними (EDI). Завдання підтримки лояльного відношення споживачів і маркетингу вирішуються спільно системою інвентаризації, відповідними модулями ERP–системи і системою управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM).

Тенденції динамічності сектору оптової торгівлі та дистрибуції визначаються, з одного боку, кон'юнктурою ринку, а з іншого – розвитком інформаційних технологій.

Ринкове середовище таке, що ритейлери практично вичерпали всі можливості для цілеспрямованого зростання. Конкуренція дуже жорстка. Варто зазначити, що досить значна кількість постачальників можуть запропонувати схожий або аналогічний товар за майже однаковою ціною. Цінова конкуренція в цьому секторі перебуває в самому розпалі, оскільки майже повний простір для маневру створюють різноманітні бонусні схеми та програми лояльності.

У цьому випадку єдиним ефективним інструментом конкуренції є якість обслуговування клієнтів. Звичайно, це означає, перш за все, дотримання термінів, але це не все. Підвищенню якості обслуговування також сприяють такі сервіси:

- автоматизовані системи замовлень;
- інтеграція інформаційних систем постачальника та клієнта;
- негайне інформування споживача про перебіг виконання замовлення.

На сучасному етапі, мобільний сектор характеризується активним використанням інформаційних технологій. Для сфери торгівлі це обґрунтовує той факт, що співробітники, які раніше не мали власних автоматизованих робочих місць, тепер мають їх на своїх планшетах і смартфонах.

Ще однією важливою тенденцією є динамічність хмарних сервісів, які досить швидко прискорюють вирішення комплексних завдань, таких як об'єднання віддалених філій в єдиний інформаційний простір або інтеграція з інформаційними системами зовнішньоторговельних партнерів.

Торговельні компанії можуть вирішувати свої завдання, впроваджуючи інтегровані композитні системи, як окремо, так і в поєднанні з цими сервісами та інформаційними системами, або органічно пов'язуючи ці модулі між собою.

Роздрібна торгівля – це «вузьке місце» і вузьке місце в ланцюгу поставок. Жоден магазин не може розмістити на полиці всі товари, які він постачає або виробляє. Причиною цього є фізичні обмеження торгових площ і розмірів полиць. Завдання ефективного ритейлера – забезпечити правильне розміщення на полицях товарів, які приносять максимальний прибуток.



Ритейлери займають стратегічну позицію в ланцюгу поставок і тому встановлюють правила гри для всіх учасників ринку. Наприклад, у магазинах не прийнято оплачувати поставлений товар одразу. Майже всі контракти на поставку товарів у роздрібні мережі передбачають період післяплати не менше 40 днів. Звичайно, існують спеціальні служби, які відповідають за укладання таких контрактів та моніторинг платежів за ними.

Організація та управління логістикою має велике значення для ритейлерів. Деякі логістичні завдання передаються на аутсорсинг постачальникам, а інші виконуються самими ритейлерами шляхом створення розподільчих центрів і транспортних служб.

Існує три класи інформаційних систем, що використовуються в роздрібній торгівлі (рис. 1.3).



Рисунок 1.3- Класи інформаційних систем, що використовуються в роздрібній торгівлі

Фронт–офіс (Front–office) – спеціалізовані робочі місця з необхідним обладнанням (облікові реєстри, дисплеї для покупців, купівельні термінали) для вирішення завдань обслуговування клієнтів або роботи з POS–терміналами;

Управління в магазині (in–store solutions) – вирішення питань, пов'язаних з рухом товарів і грошей в магазині, таких як облік, ціноутворення, інвентаризація, замовлення, підбір персоналу, проведення маркетингових кампаній і управління лояльністю клієнтів. Існують також інтегровані системи, які поєднують функції обліку товарів у магазині з обслуговуванням клієнтів. Такі системи класифікуються як фронт–енд системи;

Бек–офіс – вирішує загальні бухгалтерські та адміністративні завдання торгової компанії і часто називається ERP–системою. Специфічні для ритейлу завдання включають управління взаємовідносинами з постачальниками та управління асортиментом у роздрібних мережах.

Сектор роздрібної торгівлі висуває дуже високі вимоги до надійності інформаційних систем. Багато торгових точок працюють 24/7, що вимагає такого ж рівня продуктивності від інформаційних систем. Час – це буквально гроші. Кожен ритейлер знає, скільки коштує година простою на касі або година простою вантажівки на розвантажувальному майданчику. Інформаційні системи аналізують і прогнозують прибутковість за продуктом або групою продуктів і надають інформацію для прийняття рішень про введення або зняття з продажу певних продуктів.

Існує також низка специфічних вимог до інформаційних систем залежно від типу роздрібного продукту. Наприклад, аптекам необхідно управляти великою кількістю лікарських засобів, фальсифікованої та забракованої продукції, контролювати максимальні націнки на основні лікарські засоби та звітувати про це перед державними органами. Аптечна система повинна вирішувати всі ці завдання.

Іншим роздрібним підприємствам така функціональність буде зайвою, їм потрібна інша. У сфері роздрібної торгівлі будівельними та оздоблювальними матеріалами, товарами для дому (DIY – Do it yourself) необхідно вести облік

мірного матеріалу і точно знати, що, наприклад, 12 кв м в складських залишках – це обріз 3x4 м, а не два обрізи 2x3 м. Своя специфіка є в fashion–ритейлі (продаж одягу, взуття, аксесуарів), торгівлі ювелірними виробами, побутовою технікою, книгами, оптикою, автомобілями й автозапчастинами. Зрозуміло, це знайшло відображення у відповідних інформаційних системах. Однак в цілому функціональне наповнення інформаційних систем для роздрібної торгівлі мало змінилося за останні 30 років, що не дивно, оскільки її принципи та суть не змінюються. До речі, багато європейських ритейлерів досі експлуатують інформаційні системи, створені в 90–х роках минулого століття. За цей період розвивалися їх зручність використання, надійність, швидкодія. (Практичне застосування товарооблікових програм). Функціональність же змінилася незначно і відображає зміни в законодавстві, в принципах управління роздрібною торгівлею, а також – можливості, які відкриває розвиток інформаційних технологій, в тому числі, взаємодія через Інтернет, використання мобільних пристроїв, аналітичної обробки в реальному часі (OLAP, online analytical processing ) і т.п. З найближчих перспектив – активне використання мобільних рішень, міграція частини обчислювальних потужностей в хмари (Практичне застосування товарооблікових програм).

У секторі роздрібної торгівлі конкуренція зростає і ринок наближається до насичення. Важливо визначити те, що зростання відбувається за рахунок будівництва нових житлових приміщень, але, як показав досвід, рости тільки за рахунок нових магазинів вже неможливо. Потрібно скорочувати витрати. Тому інформаційні системи повинні покращити свої функції аналізу та управління витратами. Необхідно вирішити питання залучення та утримання клієнтів. Це означає, що необхідно розробити підсистему управління лояльністю клієнтів. Для малих і середніх підприємств ця проблема є винятковою. Під сильним конкурентним тиском з боку загальнонаціональних роздрібних мереж малі підприємства виграють битву і мало що роблять для того, щоб стати кращими і завоювати клієнтів. Умови більшості невеликих магазинів у житлових районах

(внутрішній простір, іноді підозрілі прострочені продукти, продавці і т.д.) не є сприятливими.

На Заході розвиток мережевої роздрібної торгівлі поставив малі та середні підприємства на межу виживання. Однак вони не виживають, а процвітають. Наприклад, у невеликих містечках США магазини традиційно виходили на головну вулицю – Мейн–стріт. Коли Wal–Mart (рітейлер з найбільшою у світі мережею магазинів) відкрив свій черговий гіпермаркет поблизу містечка, доходи маленьких крамничок різко впали. Здавалося б, маленькі магазини не мають жодного шансу. Адже в гіпермаркетах низькі ціни і широкий асортимент товарів. Якби маленькі магазини нічого не змінювали у своєму бізнесі, або намагалися боротися з мережами у той самий спосіб, від них могло б сьогодні нічого не залишитися. Ефективною виявилася інша стратегія. Це не гігантський гіпермаркет, а індивідуальний підхід до покупців. Замість дешевих продуктів, які розповсюджуються логістичними службами мережі, – продукти місцевих виробників, завжди свіжі та якісні. Замість цінової конкуренції – боротьба за якість та сервіс. Хоча ціни в цих магазинах значно вищі, ніж у гіпермаркетах, продукція зовсім інша і ставлення до покупців зовсім інше.

На жаль, наші маленькі магазини відрізняються не в кращу сторону. Регулювання продажу алкогольної продукції дало певний поштовх до покращення ситуації. Дохід від продажу алкоголю та пива був основною складовою прибутку для таких магазинів, особливо у вечірній та нічний час. Їм потрібно було або закритися, або щось змінювати, творчо підходити до асортименту, контролювати витрати, або приділяти більше уваги роботі персоналу. Нам дуже допомогла інформаційна система для малого та середнього бізнесу. У ній є все необхідне для ефективного ведення бізнесу, не так погано, як у великій компанії, але доступно для невеликої крамниці.

Cash and carry (оптова та роздрібна торгівля) з точки зору ІТ поєднує в собі всі найскладніші завдання бізнес-сфер B2B і B2C. Цей сегмент торгівлі також включає оптову торгівлю. Однак це дрібний опт для малого та середнього бізнесу, який практично не автоматизований. Іншими словами, оптові продажі в

цьому сегменті майже нічим не відрізняються від продажів у роздрібному секторі. Є певні роздрібні продажі, але вони здійснюються фізичним особам. Це не просто продаж фізичним особам відповідно до публічної оферти роздрібного продавця. Це те саме, що транзакція на основі договору купівлі–продажу, яка відбувається на ринку B2B, тільки виконується касиром. Тому, щоб використовувати інформаційні системи для cash and carry, повинні функціонувати як системи інвентаризації для оптового сектору та брати на себе навантаження систем автоматизації для роздрібного сектору. Крім того, це дуже вимогливі умови роботи. З точки зору надійності та стійкості до них застосовуються аналогічні вимоги, що і для систем роздрібної торгівлі, тобто вони повинні працювати цілодобово.

Якщо рішення про купівлю ґрунтується на інформації в Інтернеті, така дія класифікується як онлайн–транзакція. При цьому не має значення, як була підготовлена транзакція, чи відбулася вона на сайті інтернет–магазину, чи покупець повідомив продавця про свій намір купити по телефону і отримав рахунок–фактуру. Онлайн–транзакції відбуваються як у секторі B2C, так і в секторі B2B. Однак вимоги до інформаційних систем відрізняються: у випадку B2B вирішальне значення має взаємодія з клієнтом. Відмінним рішенням цієї проблеми є використання інтегрованої з сайтом компанії CRM–системи, яка контролює весь цикл продажів від першого зв'язку з клієнтом до переформування його в постійного покупця, аналізує ефективність рекламних кампаній в Інтернеті і розраховує витрати на залучення клієнтів.

У секторі B2C продавці витрачають більшу частину своїх зусиль на пошукову оптимізацію та просування сайту. Решта зусиль спрямовується на покращення юзабіліті та користувацького досвіду. Сьогодні мало хто розробляє сайт з нуля, і є багато готових систем управління контентом (CMS), як комерційних, так і безкоштовних. Більшість з них постачаються з модулями для створення онлайн транзакцій та інтернет–магазинів.

Звичайно, веб–сайт має бути взаємопов'язаний з бек–офісом, а бек–офіс – це традиційна складська система, яка використовується в класичній торгівлі.

Особливу увагу варто приділити автоматизації служб доставки. Планування, диспетчеризація і навіть супутникове відстеження.

Сектор електронної комерції значно зростає і розвивається завдяки стрімкому розвитку мобільного сектору Інтернету та попиту на мобільні додатки і CMS, адаптовані для планшетів і смартфонів.

Кожна галузь торгівлі має певний перелік вимог до інформаційних систем. І достатній рівень виконання вимог можна спостерігати на ринку інформаційних технологій. Програмні технології для створення інформаційних систем менелжменту торговельними підприємствами враховують найкращі національні та світові практики ведення бізнесу. Варто приділити увагу тому, що програмними продуктами автоматизаційних процесів торгівлі на платформі 1С:Підприємство успішно користуються не тільки споживачі в Україні. Торгівельним компаніям потрібно вибрати оптимальний інструмент для вирішення своїх завдань.

## РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЕФЕКТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

### 2.1 Інформаційне забезпечення контролінгу операційної діяльності підприємств торгівлі

Джерела інформації відіграють важливу роль у перевірці рішень та прийнятті рішень. Інформаційні ресурси є одним з факторів, що допомагають бізнесу зменшити витрати та підвищити операційну ефективність. Тому бізнес–організації все більше покладаються на розвиток сучасних інформаційних систем для моніторингу зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків та використання їх у процесах аналізу, прогнозування та прийняття управлінських рішень. Інформаційна підтримка та координація процесів прийняття рішень є одним з найважливіших завдань контролю.

Інформаційний фактор в організації контролю господарської діяльності комерційного підприємства пов'язаний з необхідністю визначення технології бізнес–процесів і характеристик інформаційних потоків між підрозділами підприємства. Іншими словами, важливим завданням служби контролінгу, яка є координатором інформаційного середовища підприємства, є вдосконалення системи інформаційних потоків, зміна алгоритму документообігу тощо.

Оперативно-тактичні завдання контролінгу як інформаційної системи для прийняття управлінських рішень щодо операційної діяльності господарюючого суб'єкта можна узагальнити наступним чином:

- забезпечення швидкого обміну даними;
- забезпечення доступності інформації;
- оптимізація асортименту продукції;
- збільшення оборотності складу, уникнення дефіциту та підтримання широкого асортименту продукції та запасів;
- швидкий розрахунок та вибір оптимальних варіантів доставки;
- розрахунок собівартості та управління ціновою політикою;

- оптимізація відносин з постачальниками для підвищення прибутковості бізнесу та визначення організації продажів.
- планування закупівель і продажів з урахуванням різних факторів;
- аналіз економічної ефективності різних бізнес–процесів і центрів відповідальності в режимі реального часу
- аналіз економічної ефективності різних бізнес–процесів і центрів відповідальності в режимі реального часу (Бабяк Н.Д.,2021)

Сучасні організації, що підтримують бізнес–процеси торговельних компаній, повинні швидко обробляти та аналізувати великі обсяги інформації.

Великі обсяги інформації потрібно швидко обробляти, а потім аналізувати. Саме тому такі завдання вирішуються за допомогою корпоративних інформаційних систем.

Метою даного дослідження є визначення основних особливостей та завдань управління господарською діяльністю підприємств оптової та роздрібною торгівлі, а також специфіки технології, яка формує необхідні інформаційні ресурси для складання звітності, а також забезпечення внутрішніх користувачів обліковими даними для використання в бізнесі в процесі прийняття управлінських рішень.

Практика довела, що коли масштаби діяльності торговельного підприємства стрімко зростають, воно неминуче стикається з необхідністю коригування своєї бізнес–стратегії, знаходячи в ході її розробки відповіді на ряд питань:

1. Які технології та програми можна використовувати для створення єдиного інформаційного простору підприємства (з урахуванням розвитку та розширення бізнесу за рахунок створення регіональних мереж)?

2. Як управляти віддаленими підрозділами, як контролювати рух грошових коштів і товарів, як мінімізувати втрати від шахрайства тощо?

3. Як впроваджувати CRM–стратегії для підвищення лояльності клієнтів, точності та швидкості створення замовлень?



4. Як впровадити процесний менеджмент в компаніях та забезпечити єдиний стандарт роботи та документообігу?

5. Як зменшити операційні витрати за рахунок оптимізації логістичних процесів та управління наявними активами і пасивами?

7. Як ефективно управляти командою дистриб'юторів, підвищити ефективність послуг дистрибуції та зменшити додаткові витрати?

8. Як підвищити ефективність своєї служби дистрибуції та зменшити додаткові витрати?

9. Як покращити якість загального управління бізнесом та дізнатися, як працює компанія?

Звичайно, це далеко не повний перелік проблем, і особливо для підприємств роздрібною торгівлі цей список буде набагато ширшим. Жодну з цих проблем неможливо вирішити без впровадження сучасної інтегрованої корпоративної інформаційної системи (КІС). Застаріла система обліку може стати на заваді розвитку вашого бізнесу і призвести до втрати позицій на ринку.

Типовими користувачами "комерційних" ERP-систем є торгові компанії, яким потрібно швидко обробляти великі обсяги інформації. Така потреба може бути зумовлена номенклатурою та асортиментом товарів, що продаються, а також їхньою високою вартістю. За однією з оцінок, потреба в ERP-системі в організації торговельної компанії стає об'єктивно помітною, коли кількість щоденних транзакцій досягає 100–200 000 (Біловус Л.І., 2010).

Консультанти, що спеціалізуються на впровадженні ERP-систем, підкреслюють специфічні особливості торговельного сектору. На думку Біловуса Л.І. (2010), з одного боку, бізнес-моделі компаній цього сектору економіки дуже добре класифіковані, а операції загалом стандартизовані. Це означає, що широко використовуються стандартизовані рішення та стандартизовані методи їх розгортання або їх поєднання.

Більше того, майже всі впровадження ERP-систем у торговельному секторі передбачають розробку системи класифікації та кодування і, на основі цього, проектування єдиної бази даних, що містить асортимент продукції, яку

продає компанія. Ця база даних повинна містити багато параметрів визначених товарів. Ця база даних повинна надавати можливість додавати будь-яку кількість додаткових параметрів, зберігати їх "історію" та змінювати їх значення.

Наступні аналітичні звіти, які повинна генерувати сучасна ERP–система, можна вважати специфічними для потреб контролю господарської діяльності торговельного підприємства:

- Статистичні звіти. Багатовимірні звіти, класифіковані за інтервалами (рік, квартал, місяць, день), можна використовувати для оцінки динаміки і структури закупівель, продажів і платежів. Звіти по товарообігу використовуються для оцінки динаміки руху товарів.

- Аналіз прибутковості та структури витрат за продуктами використовується для управлінського обліку та мотивації персоналу.

- Звіти про складські запаси, оборотно–сальдові відомості, залишки на складі та прострочені товари.

- «Управління відхиленнями». «Нецінові» продажі – аналіз знижок і відхилень цін від заявлених у затвердженому прайс–листі, перекласифікація товарів.

- Управління цілісністю транзакцій (документація, операції, склад). Спеціалізовані звіти використовуються для перевірки повноти всіх господарських операцій, таких як відвантажені, але не виписані, виписані, але не видані, не задокументовані тощо.

- Універсальні звіти формують вибірку об'єктів за заданими логічними критеріями відбору, сортують і перераховують поля об'єктів і включають інформацію з них у звіт.

- Дерево персональних звітів. Користувач формує похідні персональні звіти та зберігає налаштування фільтрів, групування та сортування даних для їх формування.

- Активні звіти дозволяють користувачеві вибирати об'єкти і виконувати над ними дії. Це може здійснюватися при оновленні інформації,

наприклад, при створенні замовлень або закупівель або при амортизації відвантажених товарів.

- Додаткові функції. Активні гіперпосилання можна використовувати для відображення даних у формі звіту з будь-якою глибиною деталізації, а також групувати їх для відображення інтегрованої інформації (до трьох рівнів).

На основі цих аналітичних звітів відбувається формування звітів за темами і ключовими показниками ефективності, коли виникають відхилення від цільових або планових значень. Комплексні звіти для торговельних компаній зазвичай складаються за місяць або інший звітний період (наприклад, квартал, півріччя тощо). Вони включають в себе інформацію про виконання планів, а також, використання ресурсів за певний період. Вони готуються на регулярній основі і зазвичай відображають показники оцінки та контролю, такі як доходи та витрати за центрами відповідальності, виконання кошторису витрат, прибутковість та рух грошових коштів. Важливо також, щоб інформаційна система могла створювати консолідовані та управлінські звіти для конкретних бізнес-підрозділів відповідно до вітчизняних та закордонних стандартів та інших стандартів, таких як GAAP: звітність про прибуток/збиток, звітність про оборот грошових коштів та баланс консолідують результати діяльності бізнес-одиниць, розподіляють накладні витрати між бізнес-одиницями та визначають прибутковість.

## 2.2 Динаміка автоматизації інформаційних систем та їх вплив на діяльність підприємств роздрібної торгівлі

Автоматизація – це комплекс дій і заходів технічного, організаційного та економічного характеру, які дають змогу зменшити або повністю виключити ступінь безпосереднього втручання людини у виконання певних функцій, наприклад, виробничих або управлінських процесів. Тому впровадження систем автоматизації в торгових компаніях є складним процесом, як і будь-яка серйозна організаційна трансформація. Однак деякі проблеми, що виникають при впровадженні систем, добре досліджені і формалізовані, і існують ефективні методології їх вирішення. Вивчення цих проблем і підготовка до них заздалегідь може значно полегшити процес впровадження і підвищити ефективність подальшого використання системи («Автоматизація бізнес-процесів», 2023).

Метою автоматизації торгівлі є підвищення ефективності управління компанією і, як наслідок, збільшення продажів і прибутковості. Цей ефект досягається, з одного боку, за рахунок оперативного обліку та безперервного управління рухом запасів, а з іншого – за рахунок впровадження CRM-технологій, що дозволяє компаніям залучати клієнтів і значно підвищувати свою конкурентоспроможність (Бойко Н.І., 2012).

Таким чином, під автоматизацією бізнесу розуміють комплекс заходів, спрямованих на впровадження новітніх інформаційних технологій на підприємствах та оснащення їх технологічними засобами (обладнанням для електронних транзакцій, таким як комп'ютери, мережеве обладнання, сканери штрих-кодів, облікові реєстратори, принтери чеків та етикеток, термінали збору даних).

Автоматизована система обробки інформації (АСОІ) – це комплекс, що включає комп'ютерне та комунікаційне обладнання, програмне забезпечення, мовні засоби, інформаційні ресурси та персонал для підтримки динамічної інформаційної моделі предметної області з метою задоволення інформаційних потреб користувачів (Бойко Н.І., 2012).

Сьогодні багато аналітиків стверджують, що стійке зростання доходів торговельних компаній викликало закономірне поживлення як в компаніях, що традиційно працюють в сфері автоматизації торгівлі, так і в компаніях з універсальними рішеннями. Серед них виділяються компанії, що працюють над впровадженням інформаційних систем ERP.

ERP–система – це інтегрована управлінська інформаційна система, яка дозволяє створити об'єднане середовище для автоматизації планування, обліку, контролю, управління та аналізу всіх важливих бізнес–процесів в компанії (ERP і управління можливостями бізнесу).

Будь то міні–маркет або національна роздрібна мережа, що складається з сотень великих магазинів, всі функції, що підлягають автоматизації, в тій чи іншій формі присутні в кожній торговельній компанії.

Варто зазначити, що на певних етапах життєвого циклу бізнесу автоматизація цих функцій має різні пріоритети. У міру розвитку і набору обертів компанії з'являються нові функції, які вимагають пильної уваги і контролю. Тому серед усіх можливостей, які пропонують ERP–системи, найбільш важливою для передовиків українського торговельного ринку була і залишається можливість швидкого прийняття бізнес–рішень.

Ряд авторів (Ящук В.І., 2016; Рогоза М.Є., 2018), у тому числі експерти Gartner Group описують появу нової концепції корпоративних інформаційних систем: ERP II або Enterprise Resource and Relationship Processing – менеджмент ресурсів підприємства та зовнішніми зв'язками. Ця концепція не тільки автоматизує та оптимізує внутрішні бізнес–процеси компанії, але й намагається вирішити вищезгадані проблеми, такі як співпраця між покупцями та продавцями, спільне створення продуктів та послуг, тобто ERP–системи.

Компанії, які віддають перевагу західним системам, використовують майже ті самі функції, які можуть запропонувати «дешеві» програми. За словами постачальників, середній час впровадження навіть у такій конфігурації становить близько півроку. Водночас песимістичні (але дуже близькі до реальності) прогнози вказують на значно більший термін. Реальність така, що

компанії постійно змінюються, як структурно, так і функціонально. Вимоги користувачів до системи також змінюються в міру того, як вони краще розуміють її роботу, а проекти впровадження ERP–систем визнані одними з найскладніших і найризикованіших проектів у сфері інформаційних технологій (ІТ).

Розглянемо наступні особливості цієї інформаційної технології автоматизації торгівлі:

- Для конфіденційності та захисту інформації розроблені системи, що дозволяють розмежовувати права доступу користувачів до даних в базах даних, а також контролювати функції та різні аналітичні звіти.
- Унікальна система створення протоколів.
- Простий інтерфейс.
- Надійність і швидкість реагування на запити клієнтів. Наприклад, платежі від клієнтів можуть бути відправлені менш ніж за хвилину.
- Можливість управління системами автоматизації бізнесу без участі розробника.

Завдяки архітектурі системи, новітньому інструментарію та реалізованим ідеям користувачі можуть отримати рішення для автоматизації бізнесу, автоматизації управління підприємством та автоматизації торгівлі, де інформаційні технології можуть вирішувати не тільки поточні завдання, а й наступні, пов'язані з перспективами зростання компанії. Вони можуть бути впевнені, що інформаційні технології можуть вирішувати не тільки поточні завдання, але й наступні завдання, які з'являються у процесі і несуть певні перспективи зростання компанії.

Інформаційні системи для торгових компаній можуть відстежувати всі види бізнес–операцій, від ведення обліку і первинних документів до отримання аналітичних звітів і різного роду інформації. Вони можуть бути підключені до бізнес–обладнання, такого як наприклад: касові апарати, POS–термінали, термінали збору даних і ваги.

Конфігурація для управління торгівлею «1С: Підприємство 8.0» – тиражоване рішення для автоматизації завдань управління торгівлею (облік як

оперативний, так і управлінський; аналіз і планування торгових операцій) на сучасних підприємствах. Основними напрямками розвитку рішення є реалізація потужних функцій, призначених для аналізу та управління ефективністю торговельної діяльності: управління продажами, закупівлями та запасами; планування продажів і закупівель; аналіз цін та управління ціновою політикою; моніторинг та аналіз ефективності торгівлі (Пилипенко І.І,2014).

Універсальність сімейства програм «1С» дозволяє їй успішно справлятися зі швидкими змінами, що відбуваються в законодавстві нашої країни. Однак це не рятує систему від її недоліків. Сімейство програм 1С було представлено на ринку в досить сирому вигляді. Продавці хотіли завоювати ринок раніше конкурентів. А таких конкурентів сьогодні чимало. Самі програми протестовані і не містять серйозних помилок, але іноді незначний недолік може призвести до цілого переліку негативних наслідків.

Прикладом універсальної бухгалтерської програми є 1С: Бухгалтерія. Наразі це найпоширеніша (за даними газети «Софт–Маркет» та інших джерел) бухгалтерська програма в Україні.

«1С: 1С:Бухгалтерія» дозволяє бухгалтерам налаштувати її відповідно до особливостей обліку на підприємстві, змін у законодавстві та форматів звітності." "1С: 1С:Бухгалтерія" успішно використовується в малому бізнесі, торгівлі та бюджетних організаціях.

SM COMPLEX Retail – це програмне рішення для автоматизації компаній, що займаються оптовою торгівлею, ко–маркетингом і роздрібною торгівлею. Торгова система SM COMPLEX Retail відповідає всім вимогам управління торгівлею і всіма функціями торгового підприємства, такими як продажі, закупівлі, складування, робота з персоналом і клієнтами. Вона забезпечує контроль і управління всіма функціями торгового підприємства, такими як продаж, закупівля, складування, робота з персоналом і взаємовідносини з клієнтами. Система управління роздрібним підприємством SM Complex задовольняє потреби як окремих магазинів, так і роздрібних мереж з простою чи складною структурою управління, яка орієнтована на організації різних галузей

і категорій бізнесу, таких як магазини модного одягу та аксесуарів, продуктові магазини і магазини товарів для дому. При автоматизації роботи роздрібною мережі можуть застосовуватися різні схеми управління – від жорсткої централізації до повної децентралізації. Архітектура системи спочатку була розроблена для роботи з розподіленою базою даних (Бойко Н.І.,2012)

Бізнес–процес працює за відношення до підрозділів компанії за схемою "клієнт – операція – товар". Клієнти взаємодіють один з одним та ініціюють транзакції, які призводять до передачі товарів і грошей або тільки грошей. Кожна транзакція складається з декількох субтранзакцій (операцій), які мають свою послідовність та певний набір елементів (наприклад, отримання товару, переказ грошей, відправлення товару тощо). У свою чергу, кожна транзакція ініціює рух грошей через рахунок і рух товару через склад. В економічних відносинах кожен клієнт має одну або кілька ролей, які можуть виконувати різні типи транзакцій.

У цій моделі розрізняють чотири об'єкта (споживач, продавець, фінансовий посередник та товарний посередник. Кожен клієнт може створити обліковий запис і сховище з будь–яким іншим клієнтом, якщо він має відповідну роль. Клієнти також мають обліковий запис і сховище, які вони створюють самі за замовчуванням. Сила бізнес–двигуна полягає в тому, що це економічна модель з програмною реалізацією транзакцій, яка потрібна всім торговим компаніям. Однак торгові компанії самі вирішують, відповідно до якої структури сектору торгівлі, продукту чи компанії слід впроваджувати це програмне рішення.

Системи автоматизації торгівлі можуть використовуватися для отримання різноманітних звітів для управлінського персоналу. Це може бути багаторівнева система отримання загальних звітів по групах терміналів, фіксація всіх даних про роботу магазину та розмежування прав доступу. Система автоматизації також може збільшити прибуток з непрямих причин:

- підвищення ефективності роботи персоналу за рахунок спрощення завдань: автоматизуються всі завдання лінійного персоналу, від касирів до менеджерів торгового залу;
- усунення помилок, які допускають касири;



- зменшення шахрайства з боку персоналу;
- зменшення витрат на обслуговування касових апаратів (автоматичний збір та передача даних про ефективність продажів; зручне програмне забезпечення для роботи з програмою; менше залучення сторонніх спеціалістів для додаткових платних послуг навіть при використанні обладнання різних виробників);
- зменшення втрат у разі неякісного товару (автоматичне відстеження термінів придатності).

### 2.3. Інформаційне забезпечення економічної безпеки бізнес–процесів підприємств торгівлі

В умовах інформатизації суспільно–економічних відносин, посилення динамізму та невизначеності бізнес–середовища зростає потреба підприємств торгівлі в отриманні якісної, достовірної та необхідної інформації внутрішнього та зовнішнього, що є об'єктом економічної безпеки.

Використання інформаційної підтримки для забезпечення економічної безпеки бізнес–процесів призводить до підвищення швидкості та релевантності процесів прийняття управлінських рішень.

Парадигма процесного підходу до забезпечення економічної безпеки є основоположною при розробці інформаційного забезпечення управління бізнес–процесами на підприємствах бізнесу, оскільки призводить до підвищення якості прийняття рішень відповідальними за бізнес–процеси та споживачами, покращення результатів діяльності підприємств бізнесу та зміцнення ринкових позицій.

Інформаційне забезпечення економічної безпеки підприємств можна визначити як єдину сукупність систем обліку, а також, аналізу та контролю, інтегрованих інформаційно-комунікаційними потоками для управління економічними процесами, так що система обліково–аналітичного забезпечення включає інформацію за різними функціональними підсистемами (обліку,

аналізу, контролю та моніторингу), тому правомірним є включення підсистем інформаційного забезпечення, які гарантують комплексне використання ресурсів (Яремик М.І, Яремик Х.Я., 2018, с. 175–176).

Таким чином, сутністю інформаційного забезпечення є інтегрований облік (оперативний, управлінський, фінансовий та податковий облік), який формує обліково–аналітичну інформацію відповідно до цілей бізнесу та сприяє отриманню і збереженню того, що необхідно для нормального функціонування та стійкого підтримання бажаного рівня економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Основною метою інформаційного забезпечення економічної безпеки бізнес–процесів підприємств є створення системи взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих показників, які дозволяють отримати вичерпну та достатню кількісну і якісну характеристику рівня економічної захищеності бізнес–процесів комерційних підприємств.

Розробка інформаційного забезпечення як основи для прийняття управлінських рішень включає розробку параметрів економічного розвитку підприємств, стандартів і нормативних (еталонних) показників, визначення рівня надійності процедур бізнес–процесів, вибір методів обробки інформації про бізнес–процеси підприємств, визначення рівня економічної безпеки бізнес–процесів, при цьому необхідно враховувати ряд вимог, які можуть призвести до багатогранних результатів.

Важливою складовою формування модернізованого інформаційного об'єднання в умовах глобалізації є використання сучасних інформаційних технологій. В умовах розвитку оптової та роздрібної торгівлі в Україні, євроінтеграції та поступового входження в систему європейських торговельних відносин значно загострилася конкуренція на внутрішньому та зовнішньому ринках. Як наслідок, у цьому контексті та з урахуванням вимог сучасного ринку зростають вимоги до якості інформаційних ресурсів, тобто інформації, що підтримує економічну безпеку суб'єктів господарювання.

Електронні та комп'ютеризовані комунікаційні мережі відіграють дедалі важливішу роль у сучасному суспільстві. Однак поширення комп'ютерних систем та їх інтеграція в комунікаційні мережі збільшили потенціал електронного проникнення в комунікаційні мережі. Враховуючи рівень комп'ютеризації економічних процесів, керівники суб'єктів господарювання можуть отримувати необхідну інформацію та приймати своєчасні рішення на різних рівнях управління, тим самим посилюючи свій контроль за діяльністю підприємства (підрозділів, центрів відповідальності тощо) в умовах зростання ризиків економічного шахрайства.

За даними Національної служби статистики України (2021), у 2021 році 87,3% від загальної кількості підприємств оптової та роздрібної торгівлі використовували комп'ютери, 56% з яких – локальні комп'ютерні мережі. Більшість підприємств, які мали доступ до Інтернету (86,1%), використовували його для таких цілей 85,2% надсилали та отримували електронну пошту; 79,4% отримували інформацію про товари та послуги; 70,9% отримували інформацію від державних органів; 48,7% здійснювали операції з державними органами (декларації, реєстрації, заявки на отримання дозволів тощо), 84,4% банківські операції, 37,6% підприємств оптової та роздрібної торгівлі використовують функції веб-сайтів, публікують каталоги товарів та прайс-листи, здійснюють онлайн-платежі, публікують онлайн-оголошення про роботу.

Інформаційне забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів підприємств – це сукупність документів, нормативно-правової бази, системи показників та індикаторів і форм методів оцінки економічної безпеки та прийняття управлінських рішень щодо обсягу, організації та форми існування інформації, яка використовується в інформаційних системах суб'єктів господарювання.

Враховуючи своєрідність сучасних загроз, на нашу думку, до завдання інформаційного забезпечення включається не лише інформаційна підтримка рівня економічної безпеки бізнес-процесів комерційних підприємств, а й

формування інформаційних потоків між відповідальними за бізнес–процеси та споживачами, об'єктами безпеки, зовнішнім та внутрішнім середовищами.

Рівень зовнішнього інформаційного забезпечення суб'єктів господарювання дозволяє їм своєчасно виявляти загрози та ризики у зовнішньому середовищі, реалізовувати перспективи функціонування та розвитку підприємства, уникати небажаних подій (Живко З.Б., 2012, с. 176).

Рівень внутрішнього інформаційного забезпечення суб'єкта господарювання визначається його здатністю адекватно оцінювати власну економічну безпеку та своєчасно виявляти і реагувати на несприятливі тенденції. Така оцінка має здійснюватися на постійній основі з використанням модернізованих інформаційних технологій, методів і підходів аналізу та висвітлення інформації, відповідно до обраної стратегії суб'єкта господарювання та бажаного рівня економічної безпеки. Внутрішня інформація – це інформація, що створюється насамперед у системах обліку та контролю для забезпечення економічної захищеності підприємства.

На думку Т.М. Іванюти (2014), система інформаційного забезпечення є економіко–соціальною системою. Вона повинна забезпечувати економічне інформування (збір і первинну обробку зовнішньої та внутрішньої інформації), інформаційну безпеку (перевірку достовірності інформації, її захист і визначення рівнів доступу), аналітично–консультаційну підтримку (глибокий аналіз інформації, прогнозування і моделювання, надання рекомендацій і консультацій), а також інформаційний потік на підприємствах. На думку інших дослідників, інформаційна безпека включає в себе комп'ютерну безпеку (експлуатацію обладнання та інформаційних технологій), безпеку інформації та обчислювальної техніки, протидію електронному шпигунству та комунікаційну безпеку.

Організаційна структура підприємства визначає бізнес–процеси, які визначають подальшу структуру інформаційного забезпечення. Всі типові бізнес–процеси можна розділити на окремі види, такі як закупівля товарів, реалізація товарів та послуг тощо, які з метою підвищення рівня економічної

безпеки закріпити за відповідальними особами або центрами відповідальності на підприємстві.

Для того, щоб розробити інформаційне забезпечення економічної безпеки при процесному підході до управління економічними активами, необхідно визначити основні бізнес–процеси з урахуванням специфіки діяльності суб'єкта господарювання. Серед бізнес–процесів інформаційного забезпечення економічної безпеки підприємства можна виділити універсальні та спеціалізовані бізнес–процеси.

До універсальних загальних бізнес–процесів відносяться податкові та зарплатні платежі, розрахунки з постачальниками, розрахунки з клієнтами, банківські операції, управління грошовими коштами, бюджетування, управління контрактами, управління грошовими потоками, складський облік, бухгалтерський облік та стратегічне планування. Перелік спеціалізованих бізнес–процесів залежить від особливостей компанії. Для інформаційної підтримки таких бізнес–процесів необхідний відповідний корпоративний портал. Для компаній, що здійснюють господарську діяльність за кордоном, необхідна інформаційна підтримка таких бізнес–процесів, як проходження митних процедур та дотримання норм міжнародного права. Для компаній, що закупають товари для перепродажу, важливим є бізнес–процес маркетингових досліджень для визначення найпривабливіших постачальників. Електронна комерція потребує адекватної інформаційної підтримки, розвиваються спеціалізовані інформаційні системи та комунікації. Водночас управління товарним асортиментом та управління торговельною мережею є важливими бізнес–процесами для суб'єктів господарювання роздрібною торгівлі. На вищевикладеного та опрацьованого матеріалу під час підготовки цієї роботи

пропонується схема інформаційного забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів підприємства торгівлі (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 - Структура інформаційного забезпечення економічної захищеності бізнес-процесів організацій торгівлі

Таким чином, у сфері торгівлі корпоративні інформаційні системи для управління включають центральне управління торговими організаціями; управління ланцюгами поставок; управління логістичною діяльністю, що

включають складські операції, управління запасами і рухом товарів, управління відносинами з постачальниками; а також, внутріньовиробниче управління: управління виконанням замовлень, підтримку електронної комерції, управління персоналом, фінансовий облік і планування, інтеграцію даних, управління збіркою або рецептурним виробництвом, управління цінами. Підприємствам торгівлі вкрай необхідна ефективна інформаційна система, але впровадити є нелегким процесом. Але в той же час її встановлення підвищує результативність менеджменту підприємств, що призводить до зростання обсягу продажів, підвищення безпеки бізнес–процесів і зростання прибутковості в цілому.

## РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ФОП САДОВИЙ С.М.)

### 3.1 Структура та особливості реалізації інформаційного забезпечення ФОП Садовий С.М.

ФОП Садовий С.М — організація, яка займається торгівлею продуктами, а саме овочевою продукцією. ФОП Садовий С.М пропонує достатньо великий асортимент овочевої продукції, а саме сезонні овочі та зелень. Основними покупцями продукції є жителі міста Суми та області.

Підприємство являє собою просту виробничу систему, про це свідчить наявність невеликого виробничого підрозділу і апарату управління, що включає одну особу. Як у будь якій організації, ФОП Садовий С.М характерна взаємодія вертикальних та горизонтальних зв'язків. ФОП Садовий С.М. має відповідну структуру відносин.

Вертикальні відносини пов'язані з ієрархічною структурою організації та управлінням діяльністю підрозділів апаратом управління. Горизонтальні – обумовлені внутрішньою співпрацею між підрозділами відповідно до їх спеціалізації (Моргулець О.Б.,2012).

У ФОП Садовий С.М. вхідними інформаційними потоками є документи від постачальників (видаткова накладна, товарно-транспортна накладна, тощо), документи по передачі товарно-матеріальних цінностей (акти прийому-передачі), прихід, повернення, збут продукції, накладні (Державна податкова служба України,2023).

Вихідними інформаційними потоками є фінансова звітність (відноситься баланс підприємства, звіти про рух грошових коштів, фінансові результати, власний капітал), інформація для споживачів (гарантійні зобов'язання, інформація про наявність сертифіката якості, а також накладні про ціну та кількість товару в замовленні), інформація для постачальників (Приймак С.В.,Костишина М.Т. та Долбнєва Д.В.,2016)



Бізнес–процесом прийнято вважати діяльність. фірми, яка має вхідний продукт, потім додає вартість до нього, а також у підсумку забезпечує вихідний продукт для внутрішнього або зовнішнього споживача (Сутнісна характеристика бізнес-процесів).

Варто зазначити, що для ефективного функціонування у сучасних умовах, для будь-якого підприємства необхідне налагодження всіх бізнес–процесів, а саме ефективність кожного з процесів визначає рівень автоматизації.

Досить високий рівень автоматизації необхідний для налагодження всіх бізнес–процесів, необхідних для забезпечення ключових видів діяльності, що передбачають використання різних видів спеціалізованого обладнання та ПЗ. Модель бізнес–процесів ФОП Садовий С.М. представлена на рис. 3.1. та рис 3.2.

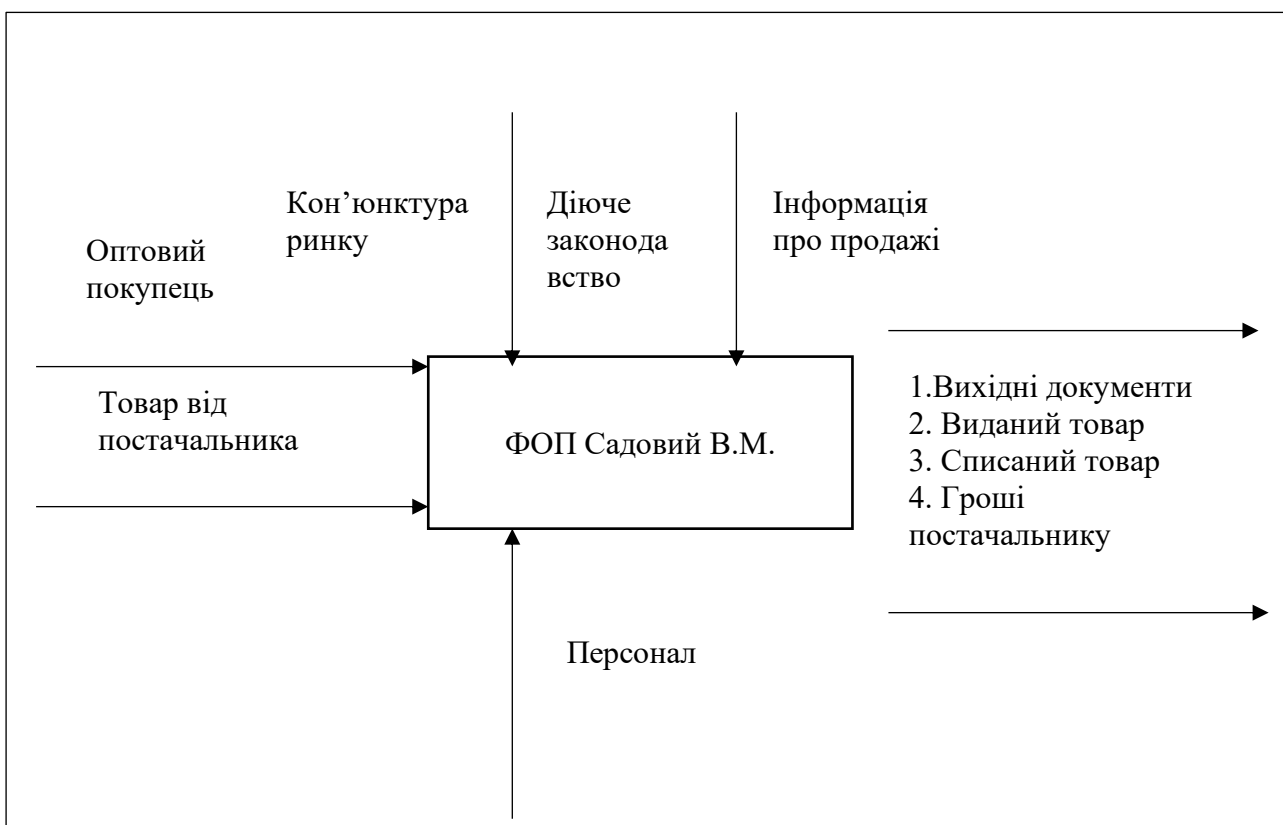


Рисунок 3.1 — Діаграма діяльності ФОП Садовий С.М.

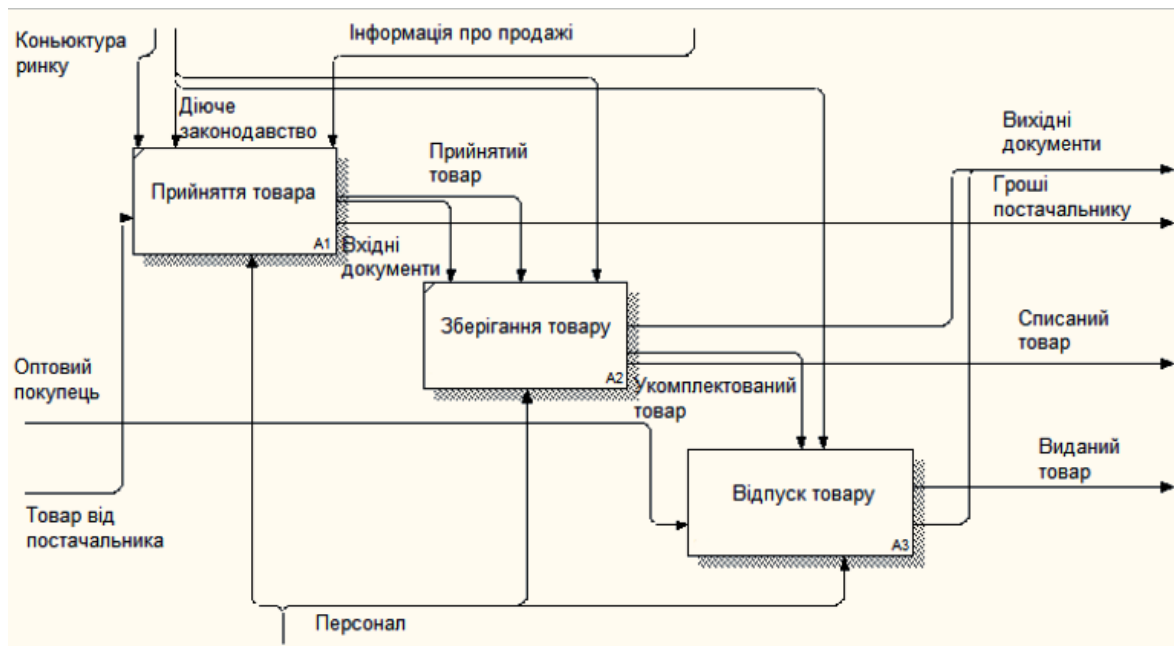


Рисунок 3.2 – Бізнес-процеси ФОП Садовий С.М.

Обмін даними системи ФОП Садовий С.М з навколишнім середовищем ґрунтується на таких елементах взаємодії:

- вхід характеризується: оптовим покупцем (товар для закладу харчування), товар від постачальника (визначає асортимент продукції ФОП Садовий С.М.);
- вихід характеризується: вихідними документами (накладні), виданим товаром, списаним товаром, оплатою поставки постачальнику;
- механізми і управління характеризуються: дією законодавства, кон'юнктурою ринку, інформацією про продажі;
- ресурси характеризуються: людським капіталом.

Весь процес обслуговування клієнтів під час виконання замовлення можна розділити на три етапи.

I – приймання товару від постачальника. На цьому етапі менеджер працює з постачальником для перевірки вимог до товару. Дані про товар вносяться в спеціальну програму, в гіршому випадку – в спеціальну програму. На основі цих даних він ініціює оформлення документації.

II – зберігання товару. Отримані від постачальника товари розміщуються на складі.

III – виконання замовлення покупця.

Оскільки ФОП Садовий С.М. є роздрібним торговцем і має досить стандартизовані виробничі процеси у своїй галузі, найкращим рішенням для автоматизації її діяльності було б створення інтернет-магазину. Сьогодні існує цілий ряд інструментів та технологій для створення інтернет-магазину. Використовуються наступні мови програмування та їх різноманітні комбінації: JavaScript, PHP, Java, HTML. CMS будуються за модульним принципом, що має багато переваг як для користувачів, так і для розробників. Модульність підвищує якість розробки, оскільки зменшує ймовірність невиявлених помилок у програмному коді; CMS не вимагають знання мов програмування і надають зручне програмне забезпечення для управління внутрішнім контентом.

На нашу думку, розробка та впровадження інтернет-магазину у ФОП Садовий С.М. дає можливість збільшення прибутку, що в результаті пропонує:

- скорочення кількості працюючих;
- зниження постійних витрат (заробітна плата);
- збільшення споживачів;
- збільшення обсягу продаж;
- Зменшення витрат часу на оформлення замовлення.

Отже, завдяки застосуванню інформаційних технологій можна розширити сферу торгівлі та отримати більшу кількість замовлень, а отже, і покупців.

### 3.2 Шляхи ефективного використання інформаційних технологій у сфері маркетингу роздрібною торгівлі

Сьогодні актуальним завданням для українських компаній є забезпечення ефективності стратегічного управління підприємствами шляхом комплексного впровадження інформаційних систем в управління маркетинговою діяльністю.

За останнє десятиліття кількість закладів, що займаються оптовою та роздрібною торгівлею, зменшилася з 1,2 млн у 2010 році до 834 000 у 2019 році. Тим не менш, цей вид економічної діяльності лідирує серед усіх секторів української економіки, настільки, що у 2019 році він випередив промисловість за кількістю зайнятих (26% від загальної кількості зайнятого населення). Звичайно, 2020 та 2021 роки не найкращим чином вплинули на фінансові показники підприємств через світову пандемію та карантинні обмеження, але навіть у несприятливих умовах ведення бізнесу статистика свідчить про зростання роздрібного товарообігу у 2020 році порівняно з 2019 роком - 1,2 трлн. грн. проти 1,1 трлн. (Статистика роздрібного товарообігу, 2022)

Як наслідок, конкуренція за споживача посилюється, а діяльність компаній ускладнюється. Без ефективних систем управління та систем менеджменту, які надають інформаційну, сервісну та аналітичну підтримку керівництву, практично неможливо забезпечити конкурентоспроможність та ефективність діяльності і забезпечити стабільний, довгостроковий успіх бізнесу.

Роль інформаційних систем у системі управління маркетингом компанії полягає у визначенні потреби в інформації для управління маркетингом, її отриманні та своєчасному забезпеченні менеджерів інформацією, необхідною для розв'язання конкретних питань. Очевидним є факт, що створення і впровадження елементів маркетингової інформаційної системи в практичну діяльність компанії може забезпечити швидкий доступ до даних про стан ринку і якісну перевагу над конкурентами.

Розглядаючи маркетингові інформаційні системи як взаємопов'язані структурні частини та відносини єдиної системи, очевидно є необхідність

дослідження оптимізації та ефективності маркетингових інформаційних систем, які впливають на економічне становище окремих компаній та цілих регіонів.

Створення сучасного інформаційного забезпечення промислових підприємств загалом та маркетингової діяльності зокрема вимагає цілісного погляду на проблему управління, що неможливо без інформації, технологій та бізнес–процесів. Ефективне функціонування та реалізація маркетингового управління вимагає інтеграції основних складових інформаційного забезпечення.

## ВИСНОВКИ

Встановлено, що надання широкого спектру інформаційних послуг швидкими темпами та стрімкою технологізацією вплинуло на зміст оптової та роздрібною торгівлі в усіх її аспектах.

У ході виконання роботи визначено ключові особливості та завдання управлінського контролю діяльності об'єктів роздрібною торгівлі, що включає методику формування інформаційних ресурсів, необхідних для складання звітності при наданні даних бухгалтерського обліку внутрішнім користувачам у процесі підготовки управлінських рішень. Внутрішня звітність на сучасних торговельних підприємствах виявилася нерозривно пов'язаною зі службами контролю та інформаційною підтримкою керівництва компанії в процесі вирішення управлінських завдань. Вирішення цих завдань можливе лише за умови регулярного надходження повної та достовірної інформації про результати операційної діяльності підприємства.

Можливість аналізувати бізнес–дані з різною глибиною дозволяє керівництву та адміністративним службам контролювати стан операцій, виявляти недоліки в роботі, визначати результати діяльності підрозділів і співробітників, а також виявляти перспективні напрямки. Вони можуть визначити перспективні напрямки роботи співробітників і перспективні напрямки бізнесу та приймати найбільш оптимальні бізнес–рішення. Зосереджуючись на аналізі попиту та поведінки клієнтів, аналітика дає можливість виявляти та винагороджувати лояльних клієнтів, планувати маркетингові заходи, визначати товари–бестселери та перехресні продажі, встановлювати обґрунтовані ціни та ефективність систем знижок і бонусів, що застосовуються.

У ході виконання роботи проаналізовано використання автоматизованих інформаційних систем на підприємствах торгівлі та визначено перспективи подальшого розвитку. Проаналізовано використання та перспективи розвитку програмних продуктів. Висвітлено проблеми формування теоретичних і

практичних ноу–хау в галузі розвитку та динамічного функціонування інформаційних систем та технологій. Узагальнено можливості використання в торговельних компаніях. Визначено роль інформаційного забезпечення в інтегрованій системі економічної безпеки бізнес–процесів торговельних підприємств. Запропоновано схему інформаційного забезпечення економічної безпеки бізнес–процесів торговельних підприємств.

Також, у роботі досліджено діяльність ФОП Садовий С.М. Визначено перспективи розвитку бізнес-процесів діяльності організації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистичні дані щодо діяльності підприємств 2010–2019 рр. Сайт Державного комітету статистики України. Взято з [https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/sze\\_20.htm](https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze_20.htm)
2. Статистика роздрібного товарообігу в Україні. Взято з <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/>
3. Лігоненко Л. О. та Вержбицький О. А. (2013) Контролінг у торгівлі
4. Лосіцька Т.І., Беляєва Н.С., Лагутін В.Д., та Мельник Т.М. Контролінг торговельних підприємств у контексті міжнародного виміру. (2021) Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. Взято з: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v1i36.227628>
5. Костюченко В.М., та Купрієнко А.В. (2020) Економічні передумови та особливості впровадження облікового забезпечення контролінгу на підприємствах торгівлі.
6. Сисоєв А. В. (2019) Система інструментів контролю операційної діяльності торговельного підприємства. Взято з [https://doi.org/10.37634/efp.2019.12\(3\).5](https://doi.org/10.37634/efp.2019.12(3).5)
7. Тарасюк М. В. (2010) Контролінг в управлінні торговельними мережами.
8. Фоміна О.В. (2016) Управлінський облік у торгівлі.
9. Рудницький В. та Рудницька О.(2019) Форми звітності управлінського обліку за основними бізнес–процесами підприємств торгівлі. Взято з: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu\\_2019\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2019_2_14).
10. Чернін О. Я. Управлінський облік за центрами відповідальності на підприємствах оптової торгівлі. Взято з <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu>
11. Юдін А.(2020) Світовий E–commerce і M–commerce – статистика і факти електронної комерції 2020. Взято з <https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/>



12. Бойко Н.І. Розвиток та аналіз інформаційних систем та їх вплив на діяльність підприємств торгівлі. Взято з [http://journals-lute.lviv.ua/journal/14\\_2012/36.pdf](http://journals-lute.lviv.ua/journal/14_2012/36.pdf)
13. Krafft Manfred.(2006) Retailing in the 21st century: current and future trends
14. Васильців Т. Г.(2008) Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми
15. Донець Л. І. (2008) Економічна безпека підприємства
16. Інформаційний сайт роздрібної торгівлі України. Взято з [https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/spr.htm](https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm)
17. Ноздріна Л. В. (2010) Управління проектами
18. Огляд ринку продовольчого ритейлу Західної України. Взято з <https://konkurent.ua/publication/115594/dva-riteyleri-z-lutska-u-top-10-prodovolchih-merezh-ukraini-infografika/>
19. Ящук В. І. (2010) Аналіз стану та перспективи розвитку ритейлу в Україні
20. Ящук В. І.(2011) Основні тенденції розвитку роздрібних корпоративних мереж у Західному регіоні України.
21. Рогоза М.Є. та Тронь С.П.(2018) Управління економічними об'єктами: інформаційний аспект вдосконалення бізнес
22. Яремик М.І. та Яремик Х.Я. (2016) Інформаційно–аналітичне забезпечення в системі управління фінансово-економічною безпекою підприємств.
23. Ткачук В.І., Прокопчук О.А., та Яремова М.І.(2013) Економічна безпека та стійкість сільськогосподарських підприємств
24. Іванюта Т.М.(2014) Інформаційне забезпечення в системі економічної безпеки підприємства.
25. Цюцюпа С.В.(2016) Управління інформацією в системі забезпечення економічної безпеки підприємства.
26. Живко З.Б. (2012) Економічна безпека підприємства: сутність, механізми забезпечення, управління

27. Державна служба статистики України. Взято з <http://ukrstat.gov.ua>
28. Закон України «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами». Взято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text>
29. Бартлет Дерил (2017) WordPress для початківців.
30. Організаційний розвиток підприємства. Взято з <https://library.if.ua/book/28/1897.html>
31. Брайан Уільямс. (2014) WordPress для професіоналів.
32. Новикий А. та Позняков С. (2007) Сутність та зміст поняття «Електронна торгівля». Взято з <http://ippi.org.ua/sites/default/files/07napet.pdf34>.
33. Інформаційна система. Взято з <https://step.org.ua/konspekt/inform/tema1>
34. Інформаційні потоки, їх класифікація. Взято з [https://pidru4niki.com/68003/logistika/informatsiyni\\_potoki\\_klasifikatsiya](https://pidru4niki.com/68003/logistika/informatsiyni_potoki_klasifikatsiya)
35. Довгань Л.Є., Малик І.П., Мохонько Г.А. та Шкробот М.В.(2018) Менеджмент організацій. Взято з [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%D0%9C%D0%9E\\_2017.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22243/1/%D0%9C%D0%9E_2017.pdf)
36. Найпопулярніші платформи для створення інтернет–магазину. Взято з <https://retailers.ua/news/tehnologii/13464-naypopulyarnishi-platformi-dlya-stvorennya-internet-magaziniv-prom-horoshop-opencart>
37. Організація електронного продажу. Взято з [https://stud.com.ua/3802/marketing/organizatsiya\\_elektronnogo\\_prodazhu](https://stud.com.ua/3802/marketing/organizatsiya_elektronnogo_prodazhu)
38. Основні етапи праці над веб–сайтом. Взято з <https://webtune.com.ua/statti/web-rozrobka/etapy-stvorennya-veb-sajtiv/>
39. Переваги та недоліки WordPress. Взято з <https://esfirum.com/blog/pros-and-cons-cms-wordpress/>
40. Посадові інструкції. Взято з [https://jobs.ua/job\\_description](https://jobs.ua/job_description)
41. Рейтинг «CMS для інтернет–магазину». Взято з <https://brainlab.com.ua/blog/rejting-cms-dlya-internet-magazina>

42. Сайт як засіб підтримки і розвитку підприємства. Взято з: [https://pidru4niki.com/1331090747799/informatika/sayt\\_zasib\\_pidtrimki\\_rozvitku\\_pi\\_dpriyemstva](https://pidru4niki.com/1331090747799/informatika/sayt_zasib_pidtrimki_rozvitku_pi_dpriyemstva)
43. Сучасні інформаційні системи і технології . Взято з [https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6421/1/Konspekt\\_leksiy\\_95.pdf](https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6421/1/Konspekt_leksiy_95.pdf)
44. Форми здійснення підприємницької діяльності приватизованого підприємства. Взято з [http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom\\_theory/22489/](http://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/22489/)
45. Практичне застосування товарооблікових програм у галузі торгівлі. Взято з <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/zastosuvannja-1c-utp-crm-na-praktyci-it-dlja-torgivli>
46. ERP і управління можливостями бізнесу. Взято з <https://studfile.net/preview/7297107/page:29/>
47. Моргулець О.Б. (2012) Менеджмент у сфері послуг. Взято з [https://www.researchgate.net/profile/Oksana-Morgulets/publication/309652346\\_Management\\_in\\_services/links/581baabe08aeccc08aea8188/Management-in-services.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Oksana-Morgulets/publication/309652346_Management_in_services/links/581baabe08aeccc08aea8188/Management-in-services.pdf)
48. Державна податкова служба України (2023). Взято з <https://if.tax.gov.ua/baner/podatkovyi-konsultatsii/konsultatsii-dlya-fizichnih-osib/print-71156.html>
49. Приймак С.В., Костишина М.Т. та Долбнева Д.В. (2016). Фінансова звітність підприємств.
50. Бабяк Н.Д. (2021) Інформаційне забезпечення контролінгу операційної діяльності підприємств торгівлі. Взято з [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2021/114.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/114.pdf)
51. Статистика роздрібного товарообігу в Україні (2022). Взято з <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/>