

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту і маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра з менеджменту

**на тему: «ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ
РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ»
(на прикладі ТОВ «Глобал Сейл»)**

*Допущено до захисту
«__» _____ року*

Студента групи М 04-17
факультету економіки і права
освітньо-професійної програми
Менеджмент комерційної діяльності
за спеціальністю 073 Менеджмент
Чернишова Микити Олександровича

*Завідувач кафедри
менеджменту і маркетингу*
_____ Тарасюк М. В.
(підпис)

Науковий керівник:
кандидат економічних наук, доцент
Гуріна Н. В.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2021

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет економіки і права

Кафедра менеджменту і маркетингу

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

Освітньо-професійна програма Менеджмент комерційної діяльності

Спеціальність 073 МЕНЕДЖМЕНТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри
менеджменту і маркетингу
_____ М. В. Тарасюк**

“ _____ ” _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

- _____ (прізвище, ім'я, по батькові)
1. Тема роботи _____
- _____
- керівник роботи _____,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
- затверджені наказом Київського національного лінгвістичного університету від
“ _____ ” _____ 20__ року № _____
2. Строк подання студентом роботи _____
3. Вихідні дані до роботи _____
- _____
- _____
- _____
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____
- _____
- _____
5. Дата видачі завдання _____

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТУ	6
1.1 Сутність інформаційно-аналітичних ресурсів	6
1.2. Складові інформаційно-аналітичних ресурсів.....	11
1.3. Особливості інформаційного забезпечення	15
РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТ В ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ».....	20
2.1. Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»	20
2.2. Роль інформаційно-аналітичних ресурсів в ТОВ «Глобал Сейл»	32
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТ У ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»	39
ВИСНОВКИ.....	60
РЕЗЮМЕ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	70

ВСТУП

Сучасні інформаційні технології стали важливою частиною нашого життя. Вони прискорили процес отримання і розповсюдження інформації і змінили підходи до ведення бізнесу.

Бізнес почав використовувати Інтернет-технології, компанії мають свої сайти з робочими Інтернет-магазинами, або працюють на електронних торговельних майданчиках, бізнес веде електронну бухгалтерію та користується електронними платіжними системами. Інформаційне забезпечення діяльності підприємства стало залежати від наявності інформаційно-аналітичних ресурсів, які дозволяють впорядковувати інформаційні потоки і ефективно взаємодіяти з іншими суб'єктами ринку.

Майже всі компанії використовують інформаційні технології в управлінні діяльністю підприємства, адже це прискорює роботу з оформлення різної документації.

Програмне забезпечення дозволяє автоматизувати процес заповнення документів і паперів, мати базу даних клієнтів і замовлень, висока ефективність гарантована за рахунок того, що зміни вступають в силу одразу після їх внесення.

З'явилася необхідність в удосконаленні та розробці нових підходів щодо інформаційного забезпечення діяльності підприємства.

Мета роботи – визначити, в яких напрямках можна використати інформаційно-аналітичні ресурси Інтернету в менеджменті організації.

Також були поставлені наступні завдання:

- дослідити сутність і складові інформаційно-аналітичних ресурсів
- провести аналіз ТОВ «Глобал Сейл»

- дати організаційно-економічну характеристику ТОВ «Глобал Сейл»
- дослідити ефективність використання інформаційно-аналітичних ресурсів
- розробити рекомендації щодо покращення роботи ТОВ «Глобал Сейл» при використанні інформаційно-аналітичних ресурсів інтернет

Об'єктом дослідження виступають інформаційні ресурси ТОВ «Глобал Сейл»

Одержаний результат можна застосовувати для покращення конкурентних позицій за допомогою використання інформаційно-аналітичних ресурсів в менеджменті підприємства.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів і висновку, також наявні додатки, таблиці та рисунки.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТУ

1.1. Сутність інформаційно-аналітичних ресурсів

З винаходом інтернету наше життя назавжди змінилося. Змінилося воно в кращу сторону. Технології, що ми використовуємо, дозволяють змінювати образ життя. В 21 столітті, ми можемо легко дистанційно спілкуватися та маємо легкий доступ до отримання і розповсюдження інформації.

Наприкінці ХХ ст. виник новий вид ресурсів – інформаційний. Ресурси – це запаси матеріалів, грошей, персоналу, активів. Ресурси необхідні для ефективного функціонування організації.

Інформаційні ресурси – масиви даних, які каталогізовані і систематизовані для отримання інформації про різноманітні області знань і людської діяльності.

На відміну від інших видів ресурсів, інформаційні ресурси є невичерпними і їх кількість завжди збільшується. Все важче стає знайти ту інформацію, яка підходить під ваші потреби.

До інформаційних ресурсів відносять бази даних, бібліотеки, ЗМІ та Інтернет-сервіси. Інтернет-сервіси – це пошукові системи, соціальні мережі, електронна пошта, словники, блоги, довідники.

Існують наступні види інформаційних ресурсів:

1. Електронні бази даних – набір спеціально організованих файлів. Документи, відсортовані по темам, зроблені за допомогою текстових редакторів або електронні таблиці, які об'єднані в групи за характером їх використання.
2. Електронні бібліотеки – упорядкована колекція електронних книг або документів зі зручною системою пошуку та навігації та зрозумілому для користувача виді.

3. Вебсайти – Інтернет-ресурс, який може бути персональним або корпоративним. Він може ознайомити користувачів з певною фірмою чи організацією, її видами діяльності, новинами, прайс-листами і контактами. Персональні сайти можуть ознайомити з інформацією вузькоспеціалізованого напрямку. Її якість може бути різною: від поверхневої до професіональної. Якість залежить від власника сайту.
4. Засоби масової інформації – електронні новинні агрегатори з високою кількістю відвідувачів та швидким потоком інформації, що змінюється.

Первинна інформація відображає специфіку її області або сфери виникнення. Наприклад, до неї можна віднести інформацію про кількість населення

Інший клас інформаційних ресурсів утворює дані, отримані в процесі творчої роботи або науково-дослідницької діяльності. Вона обробляє здобуту інформацію за певними параметрами або моделями. До неї відносять літературні твори та мистецтво. В результаті інтелектуальної діяльності, на основі переробки здобутої інформації, виділяється вторинна інформація і нова інформація про те, що людство раніше не знало (відкриття в області природних процесів та ін.)

Розвиток інформаційних ресурсів дозволив:

- Сформувати ринок інформаційних послуг
- Створити різноманітні бази даних держав і регіонів
- Перетворити діяльність з надання інформаційних послуг у глобальну людську діяльність

Вартість інформаційного ресурсу це важлива характеристика. Вартість інформаційного ресурсу визначається не вартістю використаних програмних засобів при його створенні, а якістю закладеного в нього інформації.

Інформаційні ресурси на підприємствах мають свій життєвий цикл (рис. 1.1)

1. Визначення цілей і змісту інформації, необхідної для її досягнення
2. Відбір, пошук, створення інформації
3. Використання інформаційних ресурсів
4. Оновлення інформаційних ресурсів в процесі використання
5. Утилізація і ліквідація

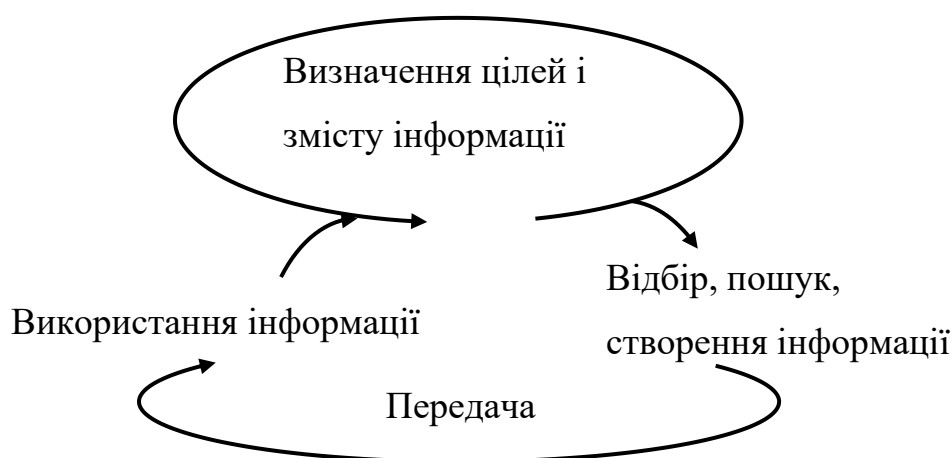


Рис. 1.1. Життєвий цикл інформаційного ресурсу

На кожному етапі життєвого циклу інформаційного ресурсу застосовуються основні функції менеджменту (Таблиця 1.1)

Таблиця 1.1

Етапи життєвого циклу інформаційного ресурсу	Функція менеджменту	Зміст
Визначення цілей	Планування	– аналіз потреб організації в інформації; – аналіз інформаційних потоків; – розробка плану роботи;
	Організація	– утворення умов для зберігання інформації;
	Контроль	– контроль впровадження; інформаційних систем в організації;
Відбір, пошук, створення інформації	Планування	– визначення потреб працівників підприємства в інформації; – аналіз інформаційних потоків; – планування діяльності служби

Продовження табл. 1.1

		– документаційного забезпечення;
	Організація	– пошук інформації, яка відповідає потребам організації; – організація обробки інформації; – розвиток і ведення системи документації; – забезпечення підрозділів організації необхідною інформацією;
	Контроль	– контроль за надходженням інформації; – контроль за станом діловодства у структурних підрозділах;
Використання інформаційних ресурсів	Планування	– аналіз інформаційного забезпечення організації; – участь в удосконаленні інформаційного забезпечення; – планування архівування і збереження інформації;
	Організація	– забезпечення підрозділів організації необхідною інформацією; – створення умов для зберігання інформації; – знищення інформації, згідно розкладу її зберігання;
	Контроль	– контроль ефективності використання інформаційних ресурсів; – контроль безпеки зберігання інформації в системі;

Процес пошуку, збору, переробки і подання інформації в придатній для використання формі називають інформаційно-аналітичною діяльністю. Складний процес дослідження передбачає отримання нових знань.

Інформаційно-аналітична діяльність розділяється на дві складові – інформаційну і аналітичну роботу.

Інформаційна робота – забезпечення працівників організації необхідною інформацією, яка необхідна для виконання ними завдань.

Аналітична робота – творча діяльність, оцінка інформації і підготовка прийняття рішень.

За останні 30 років, Інтернет посилив свою роль для підприємств. Розвиток електронної комерції і автоматизація галузей економіки відкрила нові можливості для розширення своїх позицій на ринку. Причиною цього стали:

1. Закріплення іміджу організації. Знаходження компанії в Інтернеті грає важливу роль в її успіху. Не всі бізнеси розуміють, що більшість клієнтів відвідає сайт перед тим, як зробити покупку.
2. Глобалізація. Інтернет дозволяє працювати на глобальному рівні через різні електронні торговельні площадки з мінімальними вкладенням грошей.
3. Швидкість інформації. Донести оновлену інформацію клієнтам про нову продукцію можна тепер миттєво, оновивши її на сайті.
4. Інтернет став ідеальним середовищем для початку бізнесу. Фірма може існувати цілком в он-лайні.
5. Он-лайн бізнес може працювати і здійснювати продаж товарів чи послуг цілодобово. Це перевага як для компанії, так і її клієнтів.
6. Розширені можливості підтримки клієнта. Завдяки Інтернету стало можливим забезпечувати клієнтів необхідною інформацією більш оперативно і ефективно.

Розвиток Інтернету відкрив нові інструменти для менеджменту діяльності підприємств. Спеціалісти можуть обмінюватися даними про покупців і конкурентів, швидко знаходити інформацію в база даних, необхідну для прийняття управлінських рішень.

Використання Інтернету в менеджменті стало важливим під час просування послуг і товарів, пошуку потенційних клієнтів і партнерів, розширення своєї присутності на ринку, організації рекламних кампаній, створення систем зворотного зв'язку з клієнтами.

1.2. Складові інформаційно-аналітичних ресурсів

Місія інформаційних систем – виробництво інформації, яку потребує підприємство для забезпечення ефективного управління своїми ресурсами, створення середовища для здійснення управління підприємством.

Автоматизована інформаційна система управління організацією є взаємопов'язаною сукупністю даних, обладнання, програмних засобів, персоналу, стандартів процедур, призначених для збору, опрацювання, розподілу, зберігання, видачі (надання) інформації відповідно до вимог, що впливають з діяльності організації.

Інформаційна система з технічної точки зору складається з компонентів, які збираються, обробляють та зберігають інформацію, яка необхідно для прийняття рішень в управлінні підприємством. Інформаційні системи допомагають проводити аналіз проблем і створювати нові послуги. Інформаційні системи можуть містити інформацію як про внутрішнє, так і зовнішнє середовище.

В інформаційну систему складають інформації, необхідну для управління організацією. Система управління і система інформації на будь-якому рівні управління взаємопов'язані та взаємозалежні.

Процес збору інформації, необхідної для прийняття рішень в підприємстві, аналізу проблем, виробництва нових товарів і послуг розділяється на три етапи – введення, обробка і виведення. В процесі введення збирається різна неперевірена інформація із внутрішнього і зовнішнього середовища. В процесі обробки здобутий матеріал набуває структуру. На етапі виведення опрацьований матеріал передається користувачу.

Для виконання цих задач, інформаційна система повинна мати наступні характеристики:

- Одночасна доступність інформації багатьом користувачам;

- Доступ до інформаційних ресурсів у будь-який час і з будь-якого місця.

Інформаційні системи допомагають менеджерам різних рівнів вирішувати такі завдання: приєднуватися до єдиного інформаційного простору; ширше використовувати математичні методи в економіці; погоджувати економічні процедури з міжнародними вимогами.

З кожним роком кількість видів інформаційних систем зростає. На рис. 1.2 зображена класифікація інформаційних систем за характеристикою їх функціональним підсистем.

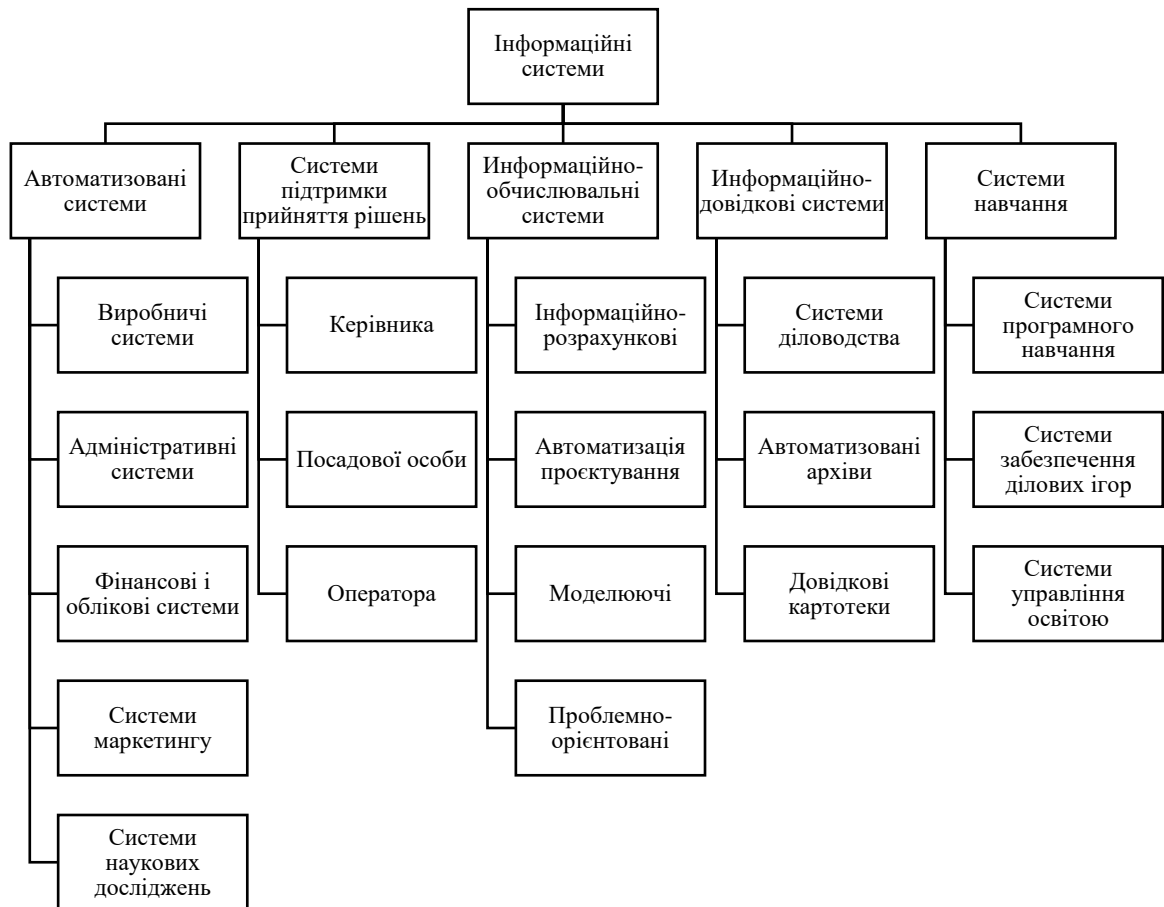


Рис. 1.2. Класифікація інформаційних систем

Досягнення в сфері комп'ютерної техніки і телекомунікаційних мереж найсуттєвіше вплили на розвиток інформаційних систем.

Прагнення збільшити продуктивність повсякденної роботи, прийняття раціональних управлінських рішень задля підвищення ефективності управління діяльністю організацією це головні причини, що спонукають організацію до запровадження власних інформаційних систем.

Внутрішня інформаційна система задовольняє потреби в інформації на різних рівнях прийняття рішень. В сучасних умовах характерно будувати внутрішні системи інформації в локальній комп'ютерній мережі.

Інформаційна система в організації дозволяє вирішити наступні задачі:

- ефективна координація внутрішньої діяльності, розповсюдження важливих повідомлень;
- прямий доступ до точної інформації про хід виробничого процесу в реальному часі;
- збільшення необхідного часу для менеджерів на аналіз і прийняття рішень за рахунок зменшення часу на здійснення іншої малопродуктивної діяльності;
- використання якісно кращої технології системного аналізу та проектування оперативного управління на нижній та середніх ланках управління виробництвом.

Отже, інформаційна система управління підпорядковує всі внутрішні процеси головним цілям організації. Вона координує процеси таким чином, щоб максимально забезпечувати виконання поставлених завдань в єдиному інформаційному полі, безпосередньо впливаючи на ефективність діяльності організації.

Інформаційна технологія – це процес, який використовує сукупність засобів і методів збору, обробки і передачі даних для отримання інформації

нової якості про стан об'єкту, процесу або явища. Ціллю інформаційної технології є виробництво інформації для її послідуочого аналізу людиною і прийняття на її основі рішень для виконання певної дії.

Існують наступні види інформаційних технологій:

1. Інформаційна технологія обробки даних призначена для рішення структурованих задач, алгоритми вирішення яких добре відомі і для рішення яких є всі необхідні дані. Ця технологія використовується на рівні виконавської діяльності персоналу невисокої кваліфікації в цілях автоматизації рутинних, постійно повторюваних операцій управлінської праці.
2. Інформаційна технологія управління призначена для інформаційного обслуговування всіх співробітників підприємств, пов'язаних з прийняттям управлінських рішень. Зазвичай інформація представляється у вигляді регулярних управлінських звітів і містить відомості про минуле, теперішнє і можливе майбутнє підприємства.
3. Інформаційна технологія експертних систем заснована на використанні штучного інтелекту. Експертні системи дають можливість менеджерам отримувати консультації експертів про будь-які проблеми, знання про які накоплені в системі.
4. Інформаційна технологія підтримки прийняття рішень призначена для вироблення управлінського рішення, яке відбувається в результаті ітераційного процесу, в якому приймають участь система підтримки прийняття рішень і людина.

Стратегічна мета інформаційних технологій полягає в сприянні управлінню підприємством, реакції на динаміку ринку, створенні і підтримці конкурентних переваг.

1.3. Особливості інформаційного забезпечення

Інформаційне забезпечення стало необхідним елементом діяльності підприємств. Формування системи інформаційного забезпечення передбачає налагодження інформаційних потоків, які утворюють інформаційні системи різного функціонального призначення. Інформаційні системи повинні органічно доповнювати одна одну, складаючи більш складну субординовану систему. Система інформаційного забезпечення підприємства – це сукупність взаємопов'язаних інформаційних систем, які складаються на між суб'єктному рівні відносин для організації та здійснення діяльності.

Побудова ефективної системи інформаційного забезпечення передбачає наповнення неї наступними елементами: виробництво, фінанси, збут, облік, постачання тощо. Її мета полягає в наданні повної та достовірної інформації ланкам управління для ефективного здійснення основної діяльності. До головних функцій системи інформаційного забезпечення належать:

Описова – забезпечення менеджерів необхідною інформацією про внутрішнє та зовнішнє середовище, завдяки якій формується уявлення про економічне середовище та потенційні можливості досягнення цілей;

Аналітична – забезпечення необхідною аналітичною інформацією для прийняття оперативних і стратегічних рішень;

Прогнозуюча – формування інформаційної бази прогнозування змін ситуації на ринку, визначення напрямків досягнення конкурентної переваги, стратегії поведінки.

Структура системи інформаційного забезпечення визначається виконанням вищезазначених функцій.

Для ефективної підприємницької діяльності важливо не тільки володіти інформацією, а й розуміти закономірності і тенденції змін, які відбуваються в ринковому середовищі. Необхідно систематизувати дані, приводячи їх в зручний для подальшого використання вигляд. На цій стадії відсіюються неважливі дані, а сам інформаційний ресурс стає більш насиченим. Результатом аналітичної обробки інформації є можливість вибрати оптимальний варіант, який допоможе зменшити витрати та підвищити ефективність.

Система інформаційного забезпечення підприємства визначається потребою в інформації та її характеристиках. Функціональне призначення інформації зумовлюється її специфікою. Інформація повинна забезпечити досягнення поставлених цілей підприємством і виконання його основних в функцій в умовах конкурентного середовища.

Формування єдиного інформаційного простору обумовлене функціонуванням підприємств в умовах високої невизначеності і динамічності економічного середовища. Інформатизація світового ринку відкриває широкі можливості для розробки стратегічних рішень по всім напрямкам діяльності.

Інформація із зовнішніх джерел необхідна для ефективної організації процесу діяльності підприємства. Підприємство може бути як споживачем, так і виробником інформації. Інформація про внутрішні результати діяльності підприємства, виходячи назовні, формує інформаційний простір.

Основними задачами інформаційного простору є: формування єдиної інформаційної бази об'єктів і підрозділів підприємства; організація інформаційних потоків підприємства; забезпечення всіх підрозділів підприємства інформацією; оперативний контроль та управління процесами виробництва; обробка і послідуочий аналіз інформації, одержаної із зовнішнього середовища; захист інформаційних ресурсів підприємства.

Інформаційна система управління підприємством спрямована на забезпечення інтегрованої системи звітності, що дає кожному рівню «потрібну» інформацію в «потрібний» час. При цьому рішення ґрунтуються на найкращій наявній інформації у тих межах, в яких забезпечення такою інформацією виправдане економічно.

Діяльність економічних суб'єктів на сьогоднішній день залежить від ступеню їх інформованості і здатності ефективно використовувати інформацію. Прийняття управлінських рішень в будь-яких сферах потребує опрацювання великої кількості інформації, що не можливо без залучення спеціальних технічних засобів.

Основною метою системи інформаційного забезпечення підприємства є збір, аналіз, обробка і агрегація інформаційних потоків на підприємства. Це дає змогу приймати ефективні управлінські рішення. В цій системі наявні підсистем аналізу і контролю становища об'єкту управління з метою оперативного реагування на зовнішні зміни і прийняття рішень. Система інформаційного забезпечення охоплює всі управлінські процеси підприємства.

Важливим аспектом є орієнтація системи інформаційного забезпечення підприємства на споживача обробленої інформації. Інформаційні потреби залежать від рівня ієрархії і функціональних обов'язків суб'єктів управління.

Процес проектування системи інформаційного забезпечення підприємства розділяється на п'ять етапів:

1. Аналіз системи прийняття рішень – визначення типів рішень, для прийняття яких потрібна інформація. Враховуються потреби кожного рівня і функціональної сфери;
2. Аналіз інформаційних вимог – визначення типу необхідної інформації для прийняття рішень;

3. Агрегація рішень – сортування рішень, які можуть використовувати одну і ту ж інформацію, в одну задачу;
4. Проектування системи збору, зберігання і передачі інформації з можливою модифікацією її в майбутньому;
5. Контроль за системою – знаходження і виправлення помилок, модифікація системи відповідно до змін ситуації.

Будь-яке підприємство є складною системою, оскільки в ньому протікають одночасно технологічні, виробничі, соціальні та інші процеси, при цьому вони можуть знаходитися на різних стадіях життєвого циклу.



Рис. 1.3. Етапи формування системи інформаційного забезпечення

Структуризація виробничого процесу з комплексом загальних функцій управління дозволила суттєво спростити використання системних моделей в процесі проектування і спілкуванні користувача з необхідними для нього в роботі моделями обробки інформації.

Представлена послідовність формування системи інформаційного забезпечення підприємства дозволяє побудувати ієрархічну систему доступу до управлінської інформації на основі єдиної класифікації і структуризації елементів всього інформаційного комплексу.

Висновки до розділу 1

Розвиток інформаційних технологій значно вплинув на економічну, політичну, соціальну, та інші складові процесу розвитку організацій. Інформаційні ресурси стали важливим фактором діяльності підприємства. Створення ефективної системи інформаційного забезпечення дозволяє підвищувати якість і ефективність управлінських рішень.

Застосування інформаційних систем дозволяє формувати бази даних підприємства, які містять інформацію про стан середовища, пов'язаного з підприємством, ринкову кон'юнктуру, попит на певні послуги і товари, інформація про конкурентів і постачальників.

Безперервний процес стрімкого розвитку мережі Інтернет призвів до всепроникаючого запровадження глобальної мережі як ефективного інструменту менеджменту діяльності підприємств, в тому числі, у вигляді інформаційно-аналітичних ресурсів, без використання яких в сучасних умовах неможливий подальший розвиток підприємств.

РОЗДІЛ 2

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТ В ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»

2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»

ТОВ «Глобал Сейл» входить у структуру компанії «КЛЮ», яка була заснована у 1995 році. Перша АЗК під брендом КЛЮ була відкрита в селі Корчувате. Починаючи з 1997 року компанія КЛЮ відкривала по 3-4 АЗК у рік. З 2001 року КЛЮ була учасником джобберської програми ТНК та працювала під її брендом, але з 2004 КЛЮ знову почала працювати під своїм брендом, активно розвиваючи його.

З 2010 року компанія впроваджує енергозберігаючі технології та частково використовує енергію відновлюваних джерел, генеруючи її сонячними панелями. Економічний ефект від “сонячного бізнесу” становить близько 1 млн. гривень на рік.

У грудні 2011 року КЛЮ запроваджує власну програму лояльності ДякуYOU System по всій мережі АЗК. Ця карта є ключем до всіх корисних пропозицій, знижок на паливо. Карта діє по всій мережі АЗК, її магазинах і ресторанах. Станом на 2019 рік, програма лояльності ДякуYOU System користуються понад 2 мільйони водіїв.

У грудні 2013 року КЛЮ відкрила свою першу кав'ярню KawaBAR.

На сьогоднішній день КЛЮ має понад 60 АЗК з власними кафе, магазинами, мийками в Києві, Київській, Житомирській та Чернігівській областях. Компанія займає лідерство серед інших операторів паливного ринку в сфері розвитку альтернативних джерел енергії. КЛЮ підтримує волонтерські програми і громадські організації в питаннях захисту навколишнього середовища.

Під час епідемії коронавірусу, КЛЮ виділяла паливо на заправку автомобілів для медиків київських опорних лікарень, а також здійснювала закупки медичного обладнання. Сумарні витрати на соціальні проекти, пов'язані з боротьбою проти коронавірусу перевищують 4.5 мільйони гривень. Також КЛЮ допомагає фонду «Таблеточки», направляючи 25 копійок з кожного придбаного напою до них, закриваючи потребу в ліках онкогематологічного дитячого відділення Київського обласного онкологічного диспансеру.

На своїх заправках, КЛЮ реалізує паливо Українського, Білоруського і Литовського виробництва. Українське паливо поставляється Шебелинським газопереробним заводом, паливо має екологічний стандарт Євро-5. Інші види палива:

- 95 E40 – український бензин з вмістом етилового спирту
- Ventus 95 – бензин литовського виробника Orlen
- Shebel 95 – бензин українського виробника Шебелинський НПЗ
- Євро 95 – бензин білоруського виробника Мозирський НПЗ
- Ventus Diesel – дизельне паливо литовського виробника Orlen
- Euro Diesel – дизельне паливо під сумісним виробництвом Orlen, Мозирського НПЗ і Шебелинського НПЗ

Також КЛЮ здійснює продаж рідкого газу (LPG) українського і білоруського виробництва.

Поступово КЛЮ встановлює електрозарядні станції для електроавтомобілів від іспанської компанії Circontrol, на яких можуть заряджатися електроавтомобілі усіх відомих на сьогоднішній день виробників.

До інших послуг, які пропонує КЛЮ можна віднести:

- Мийка для автомобілів від мережі «Боцман», на якій доступні пункти безконтактних мийок та мийки самообслуговування.
- Підкачка шин та перевірка їх тиску

- Пілосос для підтримання чистоти в салоні автомобіля
- Спеціальні стійки для зарядки мобільних телефонів на АЗК
- На деяких АЗК є можливість оформити поліс ОСЦВП від страхової компанії «VUSO»

Компанія впровадила використання QR-кодів на заправних станціях. За допомогою них можна заправити авто не відходячи від нього через мобільний додаток, можна сканувати коди для отримання та використання купонів на знижки. Також ви можете показати касиру ваш QR-код для оплати банківською карткою, прив'язаною в мобільному додатку. Остання функція на сьогоднішній день може бути не дуже актуальною завдяки оплати безпосередньо карткою через модуль NFC в мобільному телефоні для безконтактної оплати. QR-код (Quick Response Code) – код швидкого реагування, тип матричних штрихкодів, складається з чорних квадратів, розташованих у квадратній сітці на білому фоні. Система стала популярною завдяки можливості швидко їх зчитувати та великий зміст інформації, який можна в них вмістити, порівняно з іншими видами штрихкодів. Їх можна зчитати камерою на будь-якому сучасному смартфоні. Від самого початку, вони були розроблені для автомобільної промисловості Японії, але стали популярними в багатьох інших сферах. Найчастіше всього у QR-коди зашифровують посилання на Інтернет, текст, адреси електронної пошти та інше.

Впровадженням перерахованих технологій і систем в мережі АЗК «КЛО» займається саме ТОВ «Глобал Сейл». Основним напрямком діяльності даного підрозділу є операційна діяльність по організації взаєморозрахунків між контрагентами, логістичне планування, обробка статистичних даних, маркетинг, інформаційна підтримка, планування стратегії розвитку головної компанії.

Для більш детальної характеристики загальногосподарської діяльності компанії, розглянемо динаміку основних показників підприємства. Цей крок дозволить зробити висновки щодо ефективності діяльності підприємства.

Таблиця 2.1

Динаміка основних показників ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»

Показник	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення	Темп приросту
	тис.грн.	тис.грн.	тис.грн.	пит. вага, %
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції	1 700 762,6	1 742 677,6	41 915	2,4
Собівартість реалізованої продукції	1 637 871,0	1 635 893,5	-1 977,5	-0,12
Інші операційні доходи	-	16,8	16,8	
Інші операційні витрати	20 025,1	18 416,3	-1 608,8	-8
Інші витрати	34 142,6	79 922,3	45 779,7	134,0
Фінансовий результат до оподаткування	8 723,9	8 462,3	-261,6	-2,9
Податок на прибуток	1 570,3	1 615,3	45	2,8
Чистий прибуток	7 153,6	6 847,0	-306,6	-4,3

З даних, наведених в табл. 2.1, можемо зробити висновок, що за досліджуваний період 2019-2020 років спостерігається тенденція до незначного збільшення обсягів реалізації продукції. Так, дохід від реалізації продукції у 2020 році зріс на 2,4% або на 41 915 тис. грн. і становив 1 742 677,6 тис. грн., в порівнянні з 1 700 762,6 тис. грн. у 2019 році. Приріст обсягів реалізації продукції

відбувається на фоні майже незмінної собівартості продукції. Таким чином, разом зі збільшенням прибутку, витрати підприємства зменшуються. Однак, збільшення чистого прибутку не відбулося в зв'язку з активною соціальною позицією підприємства у боротьбі з пандемією Covid-19 і зв'язаними з цим витратами, відображеними в графі “Інші витрати”, які зросли до 79 922,3 тис. грн. у 2020 році, в порівнянні з 34 142,6 тис. грн. в попередньому звітному році. Також, необхідно приділити увагу збільшенню податку на прибуток в розмірі більш ніж 2.8% . Взагалі, аналіз динаміки основних економічних показників, свідчить про досить ефективну та прибуткову діяльність підприємства в умовах світового спаду економіки, та спостерігається прогноз на збереження стабільності основних економічних показників. Відновлення рівню чистого прибутку, а також його збільшення, прогнозуються в зв'язку з можливим ослабленням коронавірусних обмежень, коли зменшаться витрати на карантинні заходи з одночасним збільшенням доходів від тимчасово непрацюючих в повному обсязі напрямків діяльності. До них відносяться в першу чергу заклади харчування, розташовані на територіях автозаправних комплексів (АЗК).

Аналіз основних показників фінансово-економічної діяльності підприємства відбувається шляхом обчислення стандартного набору коефіцієнтів, на основі статистичних даних, представлених фінансовим департаментом підприємства.

Для аналізу власного капіталу підприємства розраховуються два коефіцієнти:

1.1. Коефіцієнт зносу основних засобів, він представляє собою відношення амортизації до первісної вартості основних засобів:

$$K_{303} = \frac{\text{гр. 4р. 1012ф. 1}}{\text{гр. 4р. 1011ф. 1}}$$

1.2. Коефіцієнт оновлення основних засобів – відношення вартості нових основних засобів до вартості основних засобів на кінець року:

$$K_{\text{ооз}} = \frac{\text{гр. 4 р. 1095 ф. 1}}{\text{гр. 4 р. 1011 ф. 1}}$$

Таблиця 2.2**Аналіз власного капіталу підприємства**

Показник	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення
К зоз	0.74	0.63	-0.11
К ооз	0.26	0.37	0.11

Обчислені коефіцієнти, наведені в таблиці 2.2, дають змогу наочно побачити зменшення зносу і збільшення оновлення основних засобів, що є позитивною тенденцією.

Для надання характеристики фінансового стану підприємства потрібно визначити його готовність належним чином виконувати свої фінансові зобов'язання з платежів, дотримуючись строків оплати. Тобто проаналізувати реальну платоспроможність підприємства. Під платоспроможністю розуміють здатність підприємства розрахуватися з кредиторами негайно, в день настання строку платежів, тобто йдеться про постійну наявність у нього в необхідних розмірах платіжних засобів або активів, які можуть негайно бути перетворені у платіжні засоби.

Розглянемо наступні коефіцієнти:

2.1. Коефіцієнт фінансової залежності – відношення загальної кредиторської заборгованості до всіх активів:

$$K_{\text{зал}} = \frac{\text{р. 1900 ф. 1}}{\text{р. 1495 ф. 1}}$$

2.2. Коефіцієнт фінансового ризику – відношення довгострокових пасивів до власного капіталу:

$$K_{\text{ф.р.}} = \frac{\text{р. 1595} + \text{р. 1695} + \text{р. 1700 ф. 1}}{\text{р. 1495 ф. 1}}$$

2.3. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів – відношення довгострокових зобов'язань до суми власного капіталу та довгострокових зобов'язань:

$$K_{д.з.п.к.} = \frac{p.1695 \text{ ф.1}}{p.1495 + p.1695 \text{ ф.1}}$$

2.4. Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел – відношення власного капіталу до власного капіталу та поточних зобов'язань:

$$K_{ф.н.к.д.} = \frac{p.1495 \text{ ф.1}}{p.1495 + p.1695 \text{ ф.11}}$$

Таблиця 2.3

Аналіз фінансового стану підприємства

Показник	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення
Коефіцієнт фінансової залежності	63.2	45.1	-18.0
Коефіцієнт фінансового ризику	62.1	44.1	-18.0
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0.014	0.013	-0.001
Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел	0.016	0.022	0.006

Аналізуючи результати, наведені в табл. 2.3, слід зауважити, що підприємство знаходиться на достатньо високому рівні фінансової залежності в

цілому. Коефіцієнти фінансової залежності та фінансового ризику значно перевищують рекомендований рівень в 2 одиниці. Це зумовлено наявністю великої кількості партнерських АЗК. Водночас, помітна впевнена тенденція зниження цієї залежності. Те ж саме відноситься і до коефіцієнту фінансового ризику. Стосовно довгострокового залучення коштів, ситуація стабільна і, на мій погляд, не сильно критична. Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел має тенденцію до підвищення, знаходячись на дуже низькому рівні. Підсумовуючи, буде не зайвим зазначити, що такі показники фінансового стану характерні для підприємств-нафтотрейдерів і зумовлені специфікою даної сфери діяльності, а також довгим строком перебування компанії на ринку і високого рівня довіри до неї.

Наступним кроком піддамо розгляду показники ліквідності підприємства. Під ліквідністю мається на увазі спроможність підприємства перетворювати свої активи в гроші для покриття необхідних платежів по мірі настання їх терміну. Більш ліквідним, порівняно з підприємством, оборотний капітал якого складається з запасів, вважається підприємство, капітал якого складається переважно з коштів і короткострокової дебіторської заборгованості.

Розглянемо наступні показники:

3.1. Коефіцієнт загальної ліквідності – відношення поточних активів за виключенням ТМЗ до короткострокових зобов'язань:

$$K_{\text{заг.}} = \frac{p. 1300 - p. 1095 \text{ ф. 1}}{p. 1700 + p. 1695 + p. 1665 \text{ ф. 1}}$$

3.2. Коефіцієнт швидкої ліквідності – відношення ліквідних активів до короткострокових зобов'язань:

$$K_{\text{терм}} = \frac{p. 1195 \text{ ф. 1} - p. 1100 \text{ ф. 1} - p. 1110 - p. 1190 \text{ ф. 1}}{p. 1700 + p. 1695 + p. 1665 \text{ ф. 1}}$$

3.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності – відношення грошових активів до поточних зобов'язань:

$$K_{аб} = \frac{p. 1160 + p. 1165 \text{ ф. 1}}{p. 1700 + p. 1695 + p. 1665 \text{ ф. 1}}$$

Таблиця 2.4

Аналіз ліквідності

Показник	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення
Коефіцієнт загальної ліквідності	1.01	1.02	0.01
Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності	1.0014	1.0077	0.0063
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0.0093	0.0049	-0.0044

На підставі обчислених даних, зображених в табл. 2.4, помітно низький рівень ліквідності підприємства. Це є можливим за рахунок, знову ж, того, що компанія має високий рівень довіри і не потребує збільшення капіталізації.

Одним із ключових показників бізнесу є рентабельність капіталу. При цьому, не існує фіксованих норм цієї самої рентабельності. Різні види рентабельності обчислюються для того, щоби порівняти їх з доходністю капіталу у галузі, порівняно з конкурентами. Це дає змогу позиціонувати підприємство на ринку. Також, рентабельність порівнюють з відсотковими ставками по депозитах та кредитах комерційних банків та інших кредитних установ. Даний аналіз дозволяє прийняти рішення про перспективи і доцільність розширення його діяльності.

4.1. Рентабельність сукупного капіталу – відношення чистого прибутку підприємства до валюти балансу:

$$R_{roa} = \frac{p. 2290 \text{ ф. 2}}{p. 1900 \text{ ф. 1}} * 100\%$$

4.2. Рентабельність власного капіталу – відношення чистого прибутку до власного капіталу:

$$R_{roe} = \frac{p. 2350 \text{ ф. 2}}{p. 1495 \text{ ф. 1}} * 100\%$$

4.3. Чиста рентабельність продажів – відношення чистого прибутку до доходу від реалізації:

$$R_{npt} = \frac{p. 2350 \text{ ф. 2}}{p. 2000 \text{ ф. 2}} * 100\%$$

4.4. Чиста рентабельність виробництва – відношення чистого прибутку до собівартості продукції підприємства:

$$R_{вч} = \frac{p. 2350 \text{ ф. 2}}{p. 2050 \text{ ф. 2}} * 100\%$$

Таблиця 2.5

Аналіз рентабельності підприємства

Показник	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення
Рентабельність сукупного капіталу	1.6%	1.2%	-0.4
Рентабельність власного капіталу	80%	43%	-37
Чиста рентабельність продажів	0.42%	0.39%	-0.03
Чиста рентабельність виробництва	0.44%	0.42%	-0.02

Показники рентабельності розглянутого підприємства дуже характерні для подібних підприємств галузі. Рентабельність власного капіталу дуже висока. Рентабельність сукупного капіталу не перевищує 2 відсотків через низьку маржинальність продажу продукції.

Фінансовий стан підприємства характеризується тим, якою мірою об'єм власних оборотних активів перевищує розмір існуючої заборгованості.

Для кількісного виміру стану активів і платоспроможності використовують наступні коефіцієнти:

5.1. Коефіцієнт оборотності активів – відношення виручки від реалізації до середньої суми активів за період:

$$K_{об.} = \frac{p. 2000}{1/2(гр. 3р. 1300 ф. 1 + гр. 4 р. 1300 ф. 1)}$$

5.2. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості – відношення виручки від реалізації до середньої величини рахунків дебіторів:

$$K_{об. д. з} = \frac{p. 2000 ф. 2}{1/2(гр. 3 р. 1125 ф. 1 + гр. 4 р. 1125 ф. 1)}$$

5.3. Період оборотності дебіторської заборгованості – середня дебіторська заборгованість за період і виручка від реалізації:

$$T_{об. д. з} = \frac{\text{Кількість днів періоду}(360)}{K_{об. д. з} (5.2)}$$

5.4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості – відношення виручки від реалізації до середньої величини розрахунків з кредиторами:

$$K_{об. к. з} = \frac{p. 2050 ф. 2}{1/2(гр. 3 р. 1615 ф. 1 + гр. 4 р. 1615 ф. 1)}$$

5.5. Період оборотності кредиторської заборгованості – Середня кредиторська заборгованість за період і виручка від реалізації:

$$T_{об. к. з} = \frac{\text{Кількість днів періоду}}{K_{об. к. з} (5.4)}$$

5.6. Коефіцієнт оборотності основних коштів – відношення вартості продукції до середньорічної вартості основних засобів:

$$\text{Кф} = \frac{\text{стр. 2050 ф. 2}}{1/2(\text{гр. 3стр. 1010 ф. 2} + \text{гр. 4стр. 1010})}$$

Таблиця 2.6

Аналіз ділової активності

Показник	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення
Коефіцієнт оборотності активів	5.49	2.74	-2.75
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	48.12	33.83	-14.29
Період оборотності дебіторської заборгованості	7.48	10.64	3.16
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	25.00	29.66	4.66
Період оборотності кредиторської заборгованості	14.4	12.1	-2.3
Коефіцієнт оборотності основних коштів	14715.8	6406.5	-8309.3

Коефіцієнт оборотності активів підприємства значно більше рекомендованого рівня 0.47, незважаючи на негативне відхилення, в порівнянні з попереднім звітним періодом. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, який являє собою середній термін у днях інкасації коштів по поставках продукції з надання відстрочки платежу, значно перевищує мінімальну норму, в наслідок чого, період оборотності дебіторської заборгованості має прийнятне значення з тенденцією до збільшення.

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості навпаки збільшується, що веде до небажаного зменшення періоду оборотності кредиторської заборгованості на 3 дні. Це є тривожним сигналом.

Коефіцієнт оборотності основних коштів (фондовіддача) значно зменшився в порівнянні з минулим періодом пропорційно збільшенню об'єму основних засобів. Дане збільшення було запланованим в зв'язку зі змінами в інфраструктурі підприємства і оновлення засобів виробництва. В наступному звітному періоді прогнозується відновлення оборотності основних коштів до минулого рівня.

2.2. Роль інформаційно-аналітичних ресурсів в ТОВ «Глобал Сейл»

Інтернет забезпечує багатьма засобами для зберігання і пошуку інформації, а також зв'язку зі світом. Використання інтернету в управлінні підприємством відкрило багато нових можливостей. Підприємства можуть отримати широкий доступ до майже будь-якої наукової, економічної, соціальної інформації. Документація, програми, бази даних, електронні ЗМІ – це все доступно в Інтернеті, що може бути корисним для підприємства та спростити йому роботу. Розробка свого веб-сайту для КЛЮ відкрила нові можливості для взаємодії з аудиторією та її збільшення, оповіщення про цікаві пропозиції, новини та інше. Це дозволило покращити імідж компанії та виділитися на фоні конкурентів, у деяких з яких не було свого веб-сайту.

ТОВ «Глобал Сейл» використовує Інтернет у наступних напрямках:

- Розміщення в мережі Інтернет корпоративного сайту «КЛЮ»
- Обмін інформацією всередині компанії
- Внутрішній зв'язок між співробітниками компанії шляхом застосування IP-телефонії
- Зовнішній зв'язок з клієнтами та партнерами
- Реклама своїх послуг в соціальних мережах та пошукових системах
- Зв'язок з клієнтами в соціальних мережах
- Електронна бухгалтерія
- Участь в електронних тендерах

Розглянемо докладніше перераховані напрямки:

Корпоративний сайт компанії «КЛЮ» був створений на початку 2000-х років і у теперішній час керується ТОВ «Глобал Сейл», яке виступає замовником перед сторонньою ІТ-компанією-розробником.

Сайт містить інформацію про компанію, товари та послуги, розташування АЗК бренду «КЛЮ», партнерських ресторанів ТМ «Борщ» і «KawaBAR», контакти, блок новин та інше. В блоці новин завжди присутня актуальна інформація про акції компанії.



Рис 2.1. Інтерфейс вебсайту «КЛЮ»

Окреме місце в структурі сайту займає блок для корпоративних клієнтів. Даний розділ сайту являє собою особистий кабінет корпоративного замовника. Зазвичай це великі автопідприємства приватної та державної форм власності. Зареєструвавшись в кабінеті, можливо подати заявку на закупівлю нафтопродуктів і отримати послуги персонального менеджера. В подальшому, в своєму особистому кабінеті уповноважена особа може здійснювати контроль за транзакціями і відвантаженням нафтопродуктів, отримання палива по смарт-карткам водіями підприємства.

На даний момент ведеться розробка реалізації системи повного безпаперового електронного документообігу між компанією та замовником. Дане нововведення значно скоротить необхідність особистої присутності співробітників замовника в офісі компанії «КЛЮ» і ще більше прискорить оперативність прийняття рішень і взаємодії.

Раніше вважалося, що компанії достатньо мати свій вебсайт, але тепер став необхідним і мобільний додаток (Рис. 2.2)



Рис. 2.2. Інтерфейс мобільного додатку «КЛЮ»

В головне меню мобільного додатку «КЛЮ» можна побачити кількість активних купонів на знижки та баланс бонусного рахунку. Головне меню розділене на сім категорій:

- Новини та акції – деталі про актуальні акційні пропозиції на АЗК;
- Найближчий АЗК – пошук АЗК шляхом використання технології GPS в смартфоні;
- Історія покупок – відображення минулих покупок, зроблених онлайн або з використанням карти лояльності;
- Мої купони – список активних купонів на знижки на пальне або товари в магазині;

- Заправитися онлайн – заправка авто з використанням технології сканування QR-кодів;
- Зворотний зв'язок – зв'язок з гарячою лінією. Також можна залишити свій відгук в текстовому форматі;
- Партнери – список компаній-партнерів.

Внутрішній телефонний зв'язок між співробітниками ТОВ «Глобал Сейл» і в цілому компанії «КЛЮ» здійснюється за допомогою IP-телефонії. Рішення надано компанією «LG Electronics». Система дозволяє зберігати номер абоненту при зміні його фізичної адреси, тому що зв'язок здійснюється через мережу Інтернет без прив'язки до міської телефонної мережі. Це дуже актуально при реорганізації підрозділів компанії, переїзді відділів в інші офіси. Використання IP-телефонії дозволяє створювати конференц-зв'язок між декількома співробітниками і клієнтами, ефективно застосовуючи робочий час.

ІТ-відділ компанії здійснює підтримку і налаштування локальної комп'ютерної мережі, адмініструє роботу програмного забезпечення, в тому числі електронної бухгалтерії 1С та М.Е.Дос.

Інтернет широко використовують і спеціалісти HR-відділу. Використовуючи різноманітні майданчики, в тому числі rabota.ua, співробітники відділу розміщують інформації про доступні вакансії. Початкова співбесіда здійснюється в програмах Skype або Zoom.

Спеціалісти відділу маркетингу і PR просувають інформацію про компанію у соціальних мережах Facebook та Instagram та ведуть в них діалог з клієнтами і підписниками. Дане спілкування підвищує рівень довіри до компанії, дозволяє вирішити спірні ситуації і запобігти непорозуміння. Велика аудиторія даних соцмереж дозволяє знайти багато нових потенціальних клієнтів.

Значний об'єм продаж в структурі компанії здійснює тендерний відділ. Основним джерелом інформації про тендерні закупівлі є інтернет платформа ProZorro і авторизований майданчик Zakupki Prom.ua.

Детально функціонування цих прогресивних систем буде описано в розділі 3 даної дипломної роботи. Також будуть надані методичні рекомендації по удосконаленню навичок персоналу з метою значного збільшення продаж в даному секторі.

Висновки до розділу 2

Отже, ТОВ «Глобал Сейл», яке входить в структуру компанії «КЛЮ», є прогресивним підприємством в галузі оптової і роздрібної торгівлі нафтопродуктами. За роки існування отримано високий рівень довіри як у клієнтів, так і партнерів компанії. Все це стало можливим завдяки ефективній діяльності підприємства з моменту створення. Аналіз показників діяльності за 2019-2020 рр. свідчить про те, що в даному періоді підприємство є рентабельним та прибутковим. За прогнозами на 2021-2022 рр., очікується підвищення усіх показників економічної діяльності підприємства завдяки росту об'ємів продаж, як в приватному, так і корпоративному секторі. Останньому рекомендується приділити особисту увагу, як самому перспективному.

Проте, під час проходження преддипломної практики в деяких підрозділах компанії, а саме, у відділі тендерних закупівель були виявлені невикористані можливості та ресурси. Зокрема, компанія не в повній мірі використовує можливості надані платформою Zakupki.Prom.ua. У деяких менеджерів відділу недостатній рівень знань інтерфейсу платформи і нюансів роботи з нею. Також, компанія упускає можливості збільшення чистого доходу від продажів за рахунок неучасті в достатньо великій кількості закупівель в зв'язку з відсутністю

сертифікату системи менеджменту якості ISO 9001.

Більш детальний розгляд роботи в середовищі платформи Zakurki.Prom.ua а також відомості про систему стандартів ISO 9001 і економічний ефект від її впровадження на досліджуваному підприємстві будуть розглянуті у розділі 3 кваліфікаційної роботи.

РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ РЕСУРСІВ ІНТЕРНЕТ У ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»

Всесвітня мережа Інтернет все активніше використовується в бізнесі, сприяючи підвищенню його ефективності і сьогодні дуже багато підприємств застосовують Інтернет для рішення різних маркетингових задач. У той же час стрімкий розвиток нових технологій постійно відкриває нові можливості їхнього використання, що повинно враховуватися підприємствами, якщо вони не хочуть втратити свої конкурентні позиції.

Одним з підрозділів департаменту оптових продажів нафтопродуктів ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» являється відділ тендерних закупівель, діяльність якого безпосередньо пов'язана з використанням інформаційно-аналітичних інтернет-ресурсів, як «Постачальника (Продавця)», а саме: реалізація товару через електронну платформу – Prozorro. Удосконалення системи використання інформаційно-аналітичних ресурсів в діяльності тендерного відділу у світлі зазначених у **розділі 2** недоліків можливо методом досконалого вивчення персоналом системи Prozorro в цілому, а також одного з її авторизованих майданчиків Zakurki.Prom.ua з ціллю розуміння принципів і алгоритмів роботи, особливостей інтерфейсу.

Озвучені нижче рекомендації по вдосконаленню навичок персоналу здебільшого мають описовий характер системи та містять вивірені алгоритми дій оператора (менеджера) в інтерфейсі вказаного торговельного майданчику.

До 2016 року сфера публічних закупівель в Україні була закритою. Інформацію про тендери друкувало ДП “Зовнішторгвидав” в газеті “Вісник

державних закупівель”. Тираж газети викупували зацікавлені особи, а пропозиції на торги можна було подати лише в паперовому вигляді.

Під час реформування сектору державних закупівель була розроблена електронна система закупівель. Паперові тендери відійшли в минуле. У 2016 році систему Prozorro розробники передали державному підприємству “Прозорро”, яке було створено на базі ДП “Зовнішторгвидав”. З 1 квітня 2016 року система Prozorro стала обов'язковою для центральних органів влади та монополістів, для всіх державних підприємств, установ та організацій, а з 1 серпня 2016 року — для решти публічних замовників. Сфера публічних закупівель регулюється Законом України “Про публічні закупівлі”. Тобто тепер публічні (державні) закупівлі відбуваються в електронному форматі.

За 5 років система Prozorro перетворилась з волонтерського проекту на велику систему публічних закупівель обсягом понад 600 млрд грн на рік. 2020 року, разом з набранням чинності оновленого Закону України “Про публічні закупівлі”, система зазнала суттєвих змін. Ці зміни значно покращили досвід замовників і постачальників у публічних закупівлях і розширили ринок конкурентних закупівель.

Prozorro — це електронна платформа, яка об'єднує понад 35 тисяч державних та комунальних органів влади та підприємств (*замовники товарів, робіт та послуг*) та близько 250 тисяч комерційних компаній (*постачальники*).

Електронна система закупівель Prozorro є відкритим веб-порталом у сфері публічних закупівель, доступ до якої здійснюється за допомогою мережі Інтернет. Prozorro входить до складу електронної системи закупівель (далі — ЕСЗ), яка є інформаційно-телекомунікаційною системою, що забезпечує проведення процедур закупівель, створення, розміщення, оприлюднення та обмін інформацією і документами в електронному вигляді, забезпечує захист інформації щодо публічних закупівель та захист конфіденційної інформації від

несанкціонованого доступу. Захист забезпечується неможливістю витоку, знищення та блокування інформації, порушення цілісності та режиму доступу до інформації. Крім того, Система знаходиться в хмарному ЦОДі "ДЕ НОВО", який створений для державних закладів та підприємств, і має Атестат відповідності комплексної системи захисту інформації (КСЗІ), виданий Державною службою спеціального зв'язку та захисту інформації України (ДССЗІ). 15 лютого 2019 р. інформаційно-телекомунікаційна система Prozorro отримала атестат відповідності комплексної системи захисту інформації (КСЗІ) нормативним вимогам у цій сфері.

На даній онлайн-платформі здійснюються публічні закупівлі, де державні та комунальні замовники оприлюднюють оголошення про тендери на закупівлю товарів, робіт і послуг шляхом розміщення документації у вигляді електронного документу, а комерційні підприємства оприлюднюють свої тендерні (комерційні, цінові) пропозиції шляхом надання електронних документів. Як Замовники, так і Учасники для забезпечення законності проведення публічних електронних закупівель мають бути ідентифіковані в ЕСЗ шляхом використання Електронного цифрового підпису (далі – ЕЦП), що підтверджує той факт, що надані документи являються оригіналами. ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» як «Учасник (Постачальник або Продавець)» активно використовує дану онлайн-платформу для активної участі в державних та комерційних закупівлях шляхом надання своєї тендерної (комерційної пропозиції) та змагається на торгах за можливість поставити це державі. Дана електронна платформа в Україні є повністю прозорою. Основний принцип роботи системи Prozorro – «Усі бачать все». Інформація про публічні закупівлі знаходиться у відкритому та вільному доступі.

Щоб постачати державі свої товари, ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» безкоштовно зареєструвалося в системі Prozorro на одному з авторизованих системою Prozorro електронних майданчиків – «ZAKUPIVLI.PROM.UA» шляхом заповнення

реєстраційної форми, вказавши дані про підприємство, включно з назвою компанії, кодом ЄДРПОУ та адресою. Після цього було підписано договір з майданчиком на надання електронних, консультаційних послуг та технічну підтримку та з'явилась можливість користуватися іншим функціоналом системи: брати участь в закупівлях, слідкувати за тендерами онлайн або отримувати розсилку про актуальні закупівлі, ставити уточнюючі питання стосовно параметрів, умов торгів, аналогів тощо. Служба підтримки майданчика допомагає у поданні/редагуванні пропозиції, а також, за потреби, проконсультує на всіх етапах процесу торгів

Майданчик «Zakupki.Prom.ua» - це частина Prozorro, через яку ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» працює в системі (бере участь у закупівлі, “спілкується” із замовниками за допомогою питань/вимог, які можете поставити до закупівлі, публікує пропозицію на участь і т. д.). Даний майданчик має 2-й та 4-й рівні акредитації, що дає право майданчику працювати з постачальниками. Особистий кабінет Учасника (Постачальника) знаходиться саме на майданчику, на якому він зареєструвався.

Вся інформація, що підприємство оприлюднює через особистий кабінет, буде опублікована на сайті prozorro.gov.ua та на всіх інших авторизованих майданчиках.

Потім підприємство вносить сплату для участі в українських тендерах в залежності від очікуваної вартості закупівлі.

Тарифи для участі в тендері (закупівлі) наступні:

Таблиця 3.1

Тарифи для участі в тендері

№ з/п	Вартість закупівлі, грн.	Вартість участі, грн.
1	до 20 000	17

2	до 50 000	119
3	до 200 000	340
4	до 1 000 000	510
5	від 1 000 000	1 700
6	від 4 000 000	3 400

Після його оплати ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» може вільно користуватися наступними функціями майданчика:

- пошук оголошень про закупівлю.

Пошук відбувається за ключовими словами або замовником, кодом Єдиного закупівельного словника (CPV), індивідуальним номером тендера, статусом, регіоном, сумою закупівлі та іншими фільтрами.

В даному випадку було обрано наступні фільтри:

- 1) код Єдиного закупівельного словника (CPV) - Класифікатор ДК 021:2015 09000000-3 – Нафтопродукти, паливо, електроенергія та інші види енергії;
- 2) Назва регіону (м. Київ, Київська область, Житомирська область);
 - ставити замовникам питання, щоб уточнити якусь інформацію про закупівлю та звернутися до Замовника з вимогою усунути порушення, яке, на нашу думку, виникло в процесі закупівлі;
 - отримувати тендерну документацію Замовника (Покупця), що зацікавила нас, в електронному вигляді у форматі «WORD» або «PDF» шляхом її завантаження на власний носій для подальшого ознайомлення та підготовки нашої пропозиції також в електронному вигляді;
 - подавати свої пропозиції в електронному вигляді на тендер (закупівлю), що зацікавив нас (в державних та комерційних торгах);

- приймати участь в аукціоні в он-лайн режимі в тих тендерах, на які було подано тендерні (цінові) пропозиції;
- слідкувати за аукціонами інших учасників (постачальників – конкурентів);
- отримувати аналітичну інформацію стосовно участі в усіх закупівлях, як власних так і закупівлях конкурентів;
- оскаржувати процедури закупівель тощо.

Замовник всі відповіді на питання надає через Майданчик, через який він розмістив оголошення. Ніхто не буде бачити назву компанії, яка поставила питання, лише зміст звернення.

У разі відміни торгів або визнання їх такими, що не відбулися, оператор авторизованого електронного майданчика повертає плату учаснику/переможцеві, крім випадків, коли пропозицію учасника/переможця було відхилено.

Програма працює за принципом визначення максимальної економічної вигоди. Тому зазвичай перевага віддається заявці з найменшою вартістю.

Після закриття торгів у замовника є 5 днів, щоб вивчити умови контракту. У деяких випадках цей строк продовжується до 20 днів. Процедуру тендера можна завершити достроково, якщо документація першого кандидата відповідає всім умовам торгів. Тоді решта пропозицій можуть не розглядатися, а держустанова оголошує про закриття аукціону. Якщо перша подана заявка не задовольняє зазначеним вимогам, проводиться аналіз наступних. При цьому враховується не тільки вартість і правильність оформлення документів, але і ряд інших чинників:

- доступні способи оплати;
- терміни надання товарів/послуг, виконання робіт;
- експлуатаційні витрати;
- умови здійснення гарантійного обслуговування.

Тендери в Україні тривають до вибору переможця або відхилення всіх заявок. В останньому випадку аукціон класифікується як скасований.

Кожен з учасників має право отримати інформацію від замовника по конкурентним перевагам виграної заявки. Якщо хтось із підрядників сумнівається в тому, що процедура торгів була проведена без порушень, є можливість подачі скарги до Уповноваженого комітету.

Система працює в безперервному режимі (цілодобово, протягом семи днів на тиждень) за винятком часу проведення планових профілактичних робіт та позапланових технічних перерв.

Система Prozorro складається з Центральної бази даних та акредитованих електронних майданчиків, як це показано на малюнку нижче.



Рис. 3.1. Структурна схема системи Prozorro

Інформація про тендери потрапляє до центральної бази даних Prozorro та оприлюднюється одночасно на порталі prozorro.gov.ua та всіх авторизованих майданчиках. Система Prozorro побудована на відкритому коді: будь-хто може використовувати та поширювати дані системи, у тому числі в комерційних цілях.

Дані Єдиної системи електронних закупівель є дозволеними для їх подальшого вільного використання та поширення. ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» може вільно копіювати, публікувати, поширювати, використовувати, у тому числі в комерційних цілях, у поєднанні з іншою інформацією або шляхом включення до складу власного продукту, публічну інформацію у формі відкритих даних з обов'язковим посиланням на джерело отримання такої інформації. Все, що відбувається на торгах, ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» може побачити на веб-порталі prozorro.gov.ua. Також майданчик надає повну технічну, юридичну і консультаційну підтримку зареєстрованому на ній учасникові.

Разом з тим будь-який користувач (без реєстрації) має змогу проглянути у вільному доступі абсолютно усю історію закупівельного процесу — від моменту розміщення оголошення про плановані закупівлі до укладення договорів по кожному окремому замовникові, а також може ознайомитися з тендерною документацією.

Також існує ще одна стаття грошових витрат, з якою стикається учасник тендеру - це забезпечення тендерної пропозиції (грошове покриття у сумі 1% - 4% від очікуваної вартості закупівлі) та від **учасника-переможця** — забезпечення зобов'язань виконання ним договору про закупівлю у формі внесення завдатку (1-3 % від суми укладеного договору). Ці платежі здійснюються за умови, що такі вимоги замовник зазначив в оголошенні про проведення закупівлі. Як правило, гарантійні кошти підлягають поверненню учаснику.

Майданчик «Zakupki.Prom.ua» має один з найкращих програмних забезпечень та найпотужніший перелік функціоналів для співпраці як з Замовниками так і з Учасниками. Використовуючи один з сервісів для Постачальників «Zakupki.Education», розглянемо функціонали «Панель управління особистим кабінетом» та «Налаштування підписки на тендери» із досить значного переліку послуг «Список інструкцій та порад для постачальників (державні та комерційні закупівлі)».

На площадці існує зручний кабінет постачальника, який має перелік зручних інструментів та функцій для ефективною та продуктивною роботи щодо підготовки тендерної пропозиції та участі в закупівлях.

Розглянемо більш детальніше дане питання.

Панель управління

У нашому кабінеті є зручна панель управління – той самий робочий стіл, на якому є все необхідне для роботи кожного дня.

До сторінки панелі управління ми потрапляємо одразу, як тільки завітаємо до свого кабінету постачальника.

З будь-якої сторінки ми легко повертаємося до панелі, натиснувши на “будиночок” у верхньому меню.

Перелік аукціонів на сьогодні

Найперший блок на цій сторінці завжди нагадуватиме нам про аукціони, що проводяться сьогодні. Усі закупівлі у списку клікабельні – тобто, як і у інших розділах, ми можете натиснути на їхню назву, щоб перейти на сторінку закупівлі і ознайомитися із повною інформацією.

Також під назвою закупівлі міститься посилання на інформацію щодо компанії, що оголосила тендер.

Аукціони у блоці розташовані у порядку розкладу денного.

Баланс

Зліва розташований блок із інформацією про кошти на нашому балансі і кількістю тендерів, до яких ми запланували подати пропозицію.

У разі, якщо сума на балансі буде менша, ніж потрібна для подачі тендерної пропозиції, тут же з'явиться нагадування, на яку точну суму нам варто поповнити свій баланс.

Натиснувши на кнопку “поповнити”, ми можемо перейти на сторінку оплати, де зможемо виписати рахунок або сплатити онлайн з карти Visa/Mastercard чи скориставшись сервісом Приват24.

Нові тендери

Блок, що сповіщує про нові закупівлі, що відповідають нашим налаштуванням підписки на тендери. Щоб нам було зручно зорієнтуватися, майданчик розподілив усі закупівлі за принципом власності замовника (державні і комерційні), а також виніс нові тендери обраних нами замовників окремо – так ми точно не пропустимо їхніх нових закупівель.

Звідси ми можете також можете перейти до повного списку нових тендерів за обраними нами параметрами або на сторінку конкретної закупівлі, щоб дізнатися більше. Запланувати участь у закупівлі ми можете прямо зі списку.

Повідомлення

Ще один корисний блок, де ви можете перейти на найновіші непрочитані вами повідомлення або на повний список усіх отриманих повідомлень (натиснувши Подивитись усі).

Так само, як і у повному списку повідомлень, ви можете переходити за посиланнями з повідомлень, а також поміняти статус сповіщення на “Прочитане”, переходити за посиланнями з повідомлень

Беру участь

Це перелік закупівель, в яких ми берете участь. У разі, якщо таких закупівель дуже багато, можемо скористатися кнопкою “Переглянути всі тендери”, що веде на повний перелік

Результати

Невеличке вікно із результатами нашої роботи: загальна кількість тендерів, до яких ми подали пропозицію, кількість наших перемог, а також загальна сума виграних нами тендерів.

Налаштування підписки на тендери

Щоб вчасно отримувати всі нові закупівлі цікавих категорій чи замовників, треба налаштувати підписку. Для цього переходимо в розділ Підписки в особистому кабінеті.

Крок 1. Вибір категорії підписки

CPV – це європейський словник закупівель, що містить категорії товарів, робіт та послуг. Обрана в підписці категорія збігається з тією категорією, на яку відкрита закупівля.

В класифікаторі містяться категорії товарів – з кодом від 0300 до 4400 включно; робіт – 4500; та послуг – від 4800.

Кожна категорія складається з підкатегорій, які можна переглянути, натиснувши на кнопку (+). Категорії розкриваються, поки з’являється (+). Ми можемо розгорнути кожен категорію до товару.

Для швидкого вибору потрібної категорії користуємось пошуком шляхом введення 3 символів коду або назви і система запропонує варіанти категорій та товарів.

Обравши основну категорію, наприклад, Паливо, ми отримуємо розсилку. Щоб видалити обрану категорію, треба натиснути на хрестик біля її назви

КРОК 2: Налаштування фільтрів

Налаштовуємо фільтр за регіоном.

За замовчуванням фільтр по регіону відбирає закупівлі тих замовників, які зареєстровані в обраних регіонах. Якщо ми бажаємо отримувати закупівлі з доставкою в обрані регіони – ставимо відмітку у відповідному полі.

КРОК 3: Підпишіться на замовників

Налаштовуємо підписку на одного чи кількох замовників, щоб отримувати всі їхні закупівлі окремим листом.

Щоб знайти потрібного замовника, почніть вводити його назву або код ЄДРПОУ. Вводимо 3 символи і майданчик запропонує вам варіанти.

Обираємо потрібного замовника та продовжуємо вибір далі.

Щоб видалити компанію з розсилки, натисніть на хрестик біля її назви.

КРОК 4: Обираємо періодичність розсилки

Якщо ми обрали велику кількість категорій верхнього рівня та не бажаємо отримувати забагато листів, налаштуємо розсилку раз в день. Так ми будемо отримувати один лист з переліком закупівель за категоріями один раз в день. В листі буде виводитись лише частина закупівель, щоб переглянути всі – треба перейти за посиланням в листі.

Можемо також обрати варіант розсилки у вигляді повного списку нових тендерів в ексель-файлі, з таким списком зручно працювати, якщо ми отримуємо великий обсяг тендерів за нашими категоріями.

Якщо обрати вузькоспеціалізовані категорії чи товари, то треба налаштувати розсилку відразу після публікації нового тендеру. Так ми відразу будемо знати про новий тендер.

Обов'язково треба натиснути кнопку “Зберегти” після завершення налаштувань, інакше вони не будуть збережені, а повідомлення про нові закупівлі не будуть надходити.

В панелі управління ми можете побачити тендери, відібрані нами згідно ваших побажань.

Якщо раптом, вони не відповідають нашим очікуванням, ми можете оперативно змінити налаштування.

Ми завжди можемо повернутись до підписки та внести необхідні зміни.

Якщо з тих чи інших причин ми не можемо налаштувати потрібну підписку самостійно, то звертаємо за допомогою до наших менеджерів. Вписуємо наш телефон в форму та чекаємо дзвінка нашого менеджера.

Таким чином ми розглянули тільки 2 розділи із Списку інструкцій та порад для постачальників (державні та комерційні закупівлі). Всього даний Список включає в себе 65 розділів, які надають один з найбільших переліків можливостей даної інтернет-площадки та являються лідерами в цьому напрямку щодо надання послуг обслуговування клієнтів та замовників, текстових та відеоінструкцій, крім того, ресурс має розділ для новачків, де розміщені корисні статті, результати аналітичних досліджень ринку та інші матеріали тощо.

Нова редакція Закону «Про публічні закупівлі» привнесла в сферу публічних закупівель ще низку нововведень, що мали на меті вдосконалити систему забезпечення ефективного та прозорого здійснення закупівель, створення конкурентного середовища, запобігання проявам корупції у цій сфері, розвиток добросовісної конкуренції. А також гармонізувати законодавство України зі стандартами ЄС у сфері публічних закупівель.

Основні запровадження в Законі стосуються: обов'язкових спрощених закупівель від 50 тисяч гривень, можливості виправляти помилки в тендерній

пропозиції протягом 24 годин, механізму аномально низької ціни, нової системи оскарження закупівель, електронного каталогу Prozorro Market

За період 01.05.20 - 31.03.21 ми взяли участь у 760 спрощених закупівлях, що є більше на 528 процедур, як порівнювати з аналогічним періодом до минулого року. Із запровадженням спрощених закупівель держава отримала відкритість, конкуренцію-чіткий контрольований процес

В 2020 р. запрацював онлайн-магазин електронного каталогу Prozorro Market. Це дало можливість напряду продавати товар для державних замовників. Крім того, в електронних каталогах вже діє запит цінових пропозицій, що дозволяє купувати в один клік товар кошти. Замовники обирають товар і деталі поставки — постачальники називають свою ціну — система Prozorro автоматично визначає переможцем найнижчу.

Переваги тендерів на Україні

Обов'язкові для державних організацій тендери по Україні проводяться в електронному форматі і мають наступні плюси:

- участь в закупівлях істотно спрощено
- відсутність виснажливої паперової тяганини для учасників;
- можливість шукати клієнтів в онлайн-режимі без великих витрат на рекламу і застосування інших маркетингових інструментів;
- мінімальна вартість реєстрації в торгах, що набагато дешевше будь-яких засобів просування для залучення нових споживачів;
- прозора процедура тендерів і автоматичний вибір переможця;
- оптимізація бізнес-витрат за рахунок наявності конкуренції;
- об'єктивна оцінка заявок з виключенням людського фактору;
- можливість подачі скарги за результатами торгів при підозрі в порушеннях.

- можливість проводити свої закупівлі в прозорий та конкурентний спосіб, заощаджуючи кошти, а громадськість матиме доступ до інформації про такі закупівлі.
- Раніше продавати державі могли тільки ті у кого є зв'язки та підхід до чиновників чи керівників державних підприємств. Відтепер продавати свої товари продукти чи послуги державі може кожен бажаючий і відбувається це за цілком прозорою схемою.

Майданчик намагається забезпечити рівновагу між державою та бізнесом, щоденно сприяє постачальникам у здобутті вигідних контрактів, а державним замовникам у проведенні ефективних та прозорих закупівель. Саме здорова конкуренція, яку забезпечують електронні майданчики, і є запорукою подолання корупції. Наші експерти постійно проводять навчальні семінари для постачальників та консультують їх в роботі. це надійний помічник та порадник тих, хто працює із тендерами.

Одним з останніх напрямків розвитку інтернет-ресурсу електронних публічних закупівель та масштабного оновлення системи ProZorro є впровадження е-каталогів, на меті якого стоїть об'єднання типових товарів у невеликі групи зі створенням такого ж зручного функціоналу, як в інтернет-магазині. Поштовхом до оновлення сервісу став позитивний досвід таких країн, як Італія, Кіпр, Португалія та Австрія, де е-каталоги продемонстрували свою дієвість. За їхньою допомогою процес пошуку та придбання популярних лотів стане більш простим. Крім того, очікується підвищення кількості допорогових закупівель (до 200 тисяч грн.). Це стало корисним для бізнесу, так як з'явився додатковий майданчик для продажу своєї продукції, а також був заощаджений час, сили і ресурси, які витрачаються на участь в тендерах. ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» лише один раз підтвердив свою кваліфікацію та якість товарів (були надані скан-копії сертифікатів відповідності та паспорти якості заводів

виробників на бензини А92, А95 та дизпаливо), що пропонуються до е-каталогу, щоб потрапити до каталогу і почав приймати замовлення. Далі необхідно тільки своєчасно оновлювати вартість продукції, приймати та виконувати замовлення. Експерти переконані, впровадження е-каталогів у діючу систему дозволить купувати майно та активи за один клік.

На шляху до оновлення сервісу ProZorro допомагають кваліфіковані консультації з провідними онлайн-рітейлерами країни. На їх прикладі вибудовується стратегія бізнес-процесів, співпраці з контрагентами й формування динамічної цінової політики. Зібрані знання та інформація активно використовуються при розробці структури каталогів, їхнього інтерфейсу, фільтрів для пошуку та ін.

Отже, доцільність використання інтернет- системи електронних торгів для ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» викликано декількома умовами:

- Нові ринки збуту своєї продукції
- Прозорість та чесність системи електронних торгів – виграє кращий
- Легкість та швидкість доступу
- Інформування по підписці на організатора та/або категорію товару
- Онлайн оновлення кращої ставки
- Пошук тендерів онлайн
- Більш ніж у 5 разів прискорення процесу проведення тендерів онлайн
- Прозорий та чесний процес визначення переможця
- Доступ з будь-якого місця 24/7
- Можливості з розширення та масштабування бізнесу
- Від 20% економії витрат на проведення та участь у аукціонах

- Надійність та безпечність онлайн аукціонів

Які саме засоби виявляться найбільш ефективними в тому чи іншому випадку залежить від багатьох факторів, в тому числі – від компетентності персоналу, який залучається для підготовки тендерної закупівлі.

Кожна дія щодо покращення нових інструментів в системі публічних закупівель веде до успішного і ефективного функціонування цієї сфери для кожного її учасника: держзамовників, об'єктів бізнесу, контролюючих та судових органів. Наразі активна робота ведеться не тільки з технічною, а й з правовою стороною реалізації електронних каталогів. Необхідно, щоб система працювала за законом і пропонувала зрозумілий та простий функціонал.

На поточному етапі основна увага звернена на запуск алгоритмів автоматичного пошуку підозрілих тендерів та інтеграцію з держреєстрами, аби у представників бізнесу не виникало проблем з отриманням довідок. Перевагою сервісу стане відкрита тендерна документація, яка допоможе проводити ефективний моніторинг структури закупівель, виявляти порушення та робити глибоку аналітику. Зараз система ProZorro знаходиться на шляху стрімкого розвитку і вдосконалення, якому сприяє не тільки досвід таких гігантів, як Amazon, а й співпраця самих користувачів. Але залишається низка відкритих питань, що стосуються фінального вигляду структури каталогу, фільтрів, логістики та ін.

На електронному майданчику зроблена проста і гранично зручна навігація, з тим щоб користувач оперативно отримував відповіді, на будь-які питання з тематики сайту. Не знайшовши потрібної інформації, відвідувач може просто піти, так і не отримавши чіткого уявлення про потрібну продукцію. Серед факторів ризику при впровадженні технологій електронного бізнесу можна відзначити наступні:

- неготовність персоналу;

- проблеми безпеки при передачі даних;
- недосконалість законодавства по електронній торгівлі;
- наявність комерційних даних, які не можуть бути загальнодоступними;
- неготовність контрагентів.

Основним завданням використання інтернет-ресурсу для роботи на онлайн-платформі є збільшення обсягів продажу товару через електронні майданчики, економія коштів та часу на підготовку та подання тендерних пропозицій, електронний зворотній зв'язок з Замовником. Серед інших завдань можна виділити наступні: залучення покупців до Інтернет-магазину та отримання зауважень і пропозицій від користувачів по функціональності поточної версії майданчика.

Підводячи підсумки щодо ефективності даного тендерного напрямку, можна відзначити наступне:

Висновки до Розділу 3

В процесі проходження переддипломної практики було проведено ознайомлення з роботою спеціалістів тендерного відділу на торговому майданчику Zakupki.Prom.ua, яка є основним Інтернет-ресурсом пошуку та надходження запитів на закупівлю продукції компанії.

Загальна кількість тендерних закупівель, розміщених на майданчику, які відповідають вимогам діяльності підприємства, в середньому складає 150 шт. в місяць (тут і далі за статистичними даними ресурсу Zakupki.Prom.ua). Загальна очікувана вартість запланованих закупівель складає 107 250 тис. грн. в місяць. Таким чином, середня очікувана вартість тендеру буде становити $107\,250/150 = 715$ тис. грн.. ТОВ «Глобал Сейл» в середньому приймає участь в 70 закупівлях з середнім показником перемог від загальної кількості 60%.

В частині тендерів згідно окремих вимог Замовників торгів ТОВ «Глобал Сейл» не може приймати участь. Однією з причин неможливості взяти участь є

відсутність у підприємства сертифікату системи управління якістю ISO 9001, яка є обов'язковою вимогою для участі саме в цих закупівлях.

Кількість закупівель з вимогою наявності сертифікату ISO 9001 складає в середньому 25 шт. на місяць.

Проаналізуємо економічний ефект від отримання даного сертифікату:

Таблиця 3.2

Дані по закупівлям на Zakupki.Prom.ua

Показник	Кількість закупівель, шт./місяць	Очікувана вартість закупівлі, тис.грн./місяць	Перемоги 60%	
			Кількість закупівель, шт./місяць	Очікувана вартість закупівлі, тис.грн./місяць
Всього на Zakupki.Prom.ua	150	107250	-	-
З участю ТОВ «Глобал Сейл»	70	50 050	42	30 030
З вимогою ISO 9001 (без участі ТОВ «Глобал Сейл»)	25	17 875	15	10 725

Виходячи з даних, наведених в табл. 3.2, в разі проходження компанією сертифікації по стандарту ISO 9001 і наявності відповідного сертифікату, підприємство може розраховувати на додаткову участь в 25 торгах в місяць на загальну очікувану вартість 17 875 тис. грн.. При відомому статистичному відсотку перемог в торгах в 60%, збільшення чистого доходу від продажів може скласти 10 725 тис. грн..

Раніше обчислена чиста рентабельність продаж за 2020 рік: $R_{\text{прт}} = 0,39\%$

Знайдемо приріст чистого прибутку як множення приросту чистого доходу від реалізації та чистої рентабельності.

$\Delta \text{ ч. прибутку} = \Delta \text{ ч. доходу від реалізації} * R_{\text{прт}} = 10\,725 \text{ тис. грн.} * 0.39\%$
 $= 41.83 \text{ тис. грн.}$

Витрати на проходження сертифікації ISO 9001 складають 20-25 тис. грн., таким чином, річний ефект може скласти:

Економічний ефект від впровадження сертифікації = $41.83 * 12 \text{ місяців} - \text{витрати на ISO 9001} = 501.96 - 25 = 476.96 \text{ тис. грн./рік.}$

Отримана цифра вказує на високу ефективність заходів при мінімальних витратах.

В підсумку становиться очевидною доцільність прийняття рішення про заходи щодо невідкладної сертифікації ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» за стандартом системи контролю якості ISO 9001.

Основним напрямком покращення використання інформаційно-аналітичних ресурсів мережі Інтернет для ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» запропоновано впровадження та використання усіх можливостей, які може надавати електронний майданчик для участі підприємства в державних закупівлях. Такий напрям інформатизації дозволить оптимізувати процеси управління, забезпечити ефективне використання людських ресурсів, надати споживачеві якісні товари та послуги, створення справжнього онлайн-магазину з електронними каталогами найпопулярніших товарів – відтак обрати потрібну закупівлю стане так само просто, як зробити покупку в звичайному інтернет-магазині, здорова конкуренція, яку забезпечують електронні майданчики, зменшити корупційну складову в закупівлях.

Отже, реалізація запропонованих напрямків використання інформаційних ресурсів Інтернету сприятиме збільшенню продажів товару та послуг компанії, формування позитивного іміджу про компанію у замовників, оптимізації витрат

часу та коштів на підготовку та подачу документів, збільшенню укладення контрактів з державними замовниками.

ВИСНОВКИ

У сучасному бізнесі широко використовуються Інтернет-технології.

Мережа Інтернет являє собою глобальну інформаційну систему, частини якої логічно взаємопов'язані між собою за допомогою унікального адресного простору.

Інформаційне забезпечення діяльності підприємства залежить від наявності інформаційних та аналітичних ресурсів, від можливостей впровадження інформаційних інновацій.

Актуальність Інтернету в менеджменті обумовлена потребою застосування сучасних мережевих технологій під час просування товарів і послуг, пошуку корисної інформації, потенційних Замовників-клієнтів і бізнес партнерів, розширення ринків збуту, для організації ефективної системи зворотного зв'язку із покупцями та споживачами.

На сьогоднішній день інформаційне програмне забезпечення стає необхідним елементом діяльності підприємств. Система інформаційного забезпечення підприємства являє собою сукупність взаємопов'язаних інформаційних систем, що складаються на між суб'єктному рівні відносин для організації та здійснення статутної діяльності. Основними задачами функціонування системи інформаційного забезпечення підприємства є збір, обробка і аналіз зовнішньої і внутрішньої по відношенню до суб'єкта господарювання інформації про минуле, теперішнє часове і передбачуване майбутнє. У якості загальної мети системи інформаційного забезпечення підприємства слід виділити забезпечення ефективного виконання функцій планування, контролю виробничої діяльності і процесу управління в цілому.

ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» працює на ринку України у сфері реалізації в роздріб та гуртом нафтопродуктів. Основним напрямком діяльності компанії є розширення мережі АЗК/АЗС та надання супутніх послуг.

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства свідчить про стабільний період для компанії не зважаючи на розширення своєї діяльності та створення нових мереж збуту. Також, на основі прогнозу фінансових результатів на 2020 рік можна сказати, що очікується збільшення показників, що характеризують ефективність та прибутковість діяльності підприємства. Таким чином, за результатами фінансового аналізу підприємства, можна сказати, що загальногосподарська діяльність підприємства у 2019-2020 рр. досить ефективна, а фінансовий стан підприємства у 2021-2022 роках покращиться.

Підприємство, що залучає ресурси мережі Інтернет, має широкі можливості для одержання різноманітної економічної, технологічної та іншої поточної інформації. Інтернет надає доступ до великої кількості джерел електронної інформації. Для компанії ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» з виходом в Інтернет-простір з'явилися додаткові можливості - це збільшення участі в тендерних закупівлях, скорочення часу на підготовку та подачу тендерної пропозиції, більш інформаційно деталізований та об'ємний аналіз перемог та поразок під час участі в торгах, постійні оновлення в робочих процесах, пов'язаних з обробкою інформації, використання додатково мобільних додатків, тощо. Все це, відповідно робить компанію більш конкурентоспроможнішою та сприяє успішному розвитку компанії.

Компанія ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ» в достатній мірі використовує ряд інформаційно-аналітичних ресурсів Інтернет, а саме: електронні майданчики для державних публічних закупівель та продажу товарів через Інтернет, мережевий зв'язок, програму «MEDoc» для реєстрації податкових накладних. Це сприяє спрощенню комунікацій з державними підприємствами, партнерами та клієнтами компанії, необхідність якісного інформаційного забезпечення підприємства, що пов'язує всі напрямки діяльності всередині підприємства, виконує роль зворотного зв'язку з іншими підприємствами. Компанія не збирається

зупинятися на досягнутому в даній сфері та шукає шляхи і методи до покращення даних аспектів діяльності.

Пропонується та отримано попередню згоду від керівництва про збільшення кількості співробітників тендерного відділу з послідуєчим проходженням тренінгів та курсів підвищення кваліфікації, а саме, в якості користувача інформаційних ресурсів Інтернету та електронних торгових майданчиків, а також подано заявку на проходження сертифікації ISO 9001 в одну з сертифікаційних агенцій.

Таким чином, можна зробити висновок, що всі завдання, які були поставлені на початку дипломної роботи було виконано, а отже, мета дослідження досягнута.

РЕЗЮМЕ

Дипломна робота на тему «Використання інформаційно-аналітичних ресурсів Інтернет у менеджменті організації» загальним обсягом 78 сторінок.

Мета дипломної роботи – визначити основні напрямки інформаційно-аналітичних ресурсів Інтернету у сучасному менеджменті організації.

Предмет дослідження – застосування інформаційно-аналітичних ресурсів Інтернет в управлінні підприємством.

Об’єкт дослідження – інформаційно-аналітичні ресурси Інтернету в менеджменті ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ».

Експериментальною базою дослідження є ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ».

У першому розділі дипломної роботи розглядаються основні теоретичні аспекти інформаційно-аналітичних ресурсів Інтернету в управлінні підприємством, а саме досліджується сутність та складові інформаційно-аналітичних ресурсів та значення інформаційного забезпечення на підприємстві.

У другому розділі дипломної роботи надано загальну характеристику діяльності ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ», визначено роль інформаційно-аналітичних ресурсів в управлінні підприємством

У третьому розділі дипломної роботи запропоновані заходи вдосконалення системи використання інформаційно-аналітичних ресурсів Інтернету на підприємстві.

RESUME

The theme of this diploma work is “The use of information and analytical resources of the Internet in management of organization”. Diploma work contains 78 pages with images and tables.

The purpose of diploma work is to identify the main usage areas of information resources in management of organization.

Object of study is information resource in management of “Global Sale” LLC.

The first chapter of diploma work reviews theoretical aspects of information and analytic resource of Internet in management of organization.

The second chapter describes usage of information and analytical resources in “Global Sale” LLC.

The third chapter contains ways to improve efficiency of “Global Sale” LLC using information and analytical resources of Internet in management of organization

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кондрашова С. С. Інформаційні технології в управлінні : навч. Посібник. К. : МАУП. 2016. 231с.
2. Новак В. О., Матвеев В. В., Бондар В. П. Інформаційні системи в менеджменті : підручник. 2-е вид. К. : Каравела. 2011. 536 с
3. Арский Ю.М. Информационные ресурсы для устойчивого развития общества / Ю.М. Арский // Междунар. форум по информ. – 2000. – №1. – С. 3–9.
4. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності : навч. Посібник. К. : КНЕУ. 2004. 224 с.
5. Громов Г.Р. Очерки информационной технологии / Г.Р. Громов. – М.: ИнфоАрт, 1991. – 331 с.
6. Баранников А. Ф. Теория организации: учебник / А.Ф. Баранников. – М., 2006. – 250 с.
7. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 512 с.
8. Бондарчук Л.В., Попеляр А.В. Сучасні технології управління // Наукові конференції. – 2011. –с.149–155
9. Ашмарина С.И. Научно-методологические основы исследования эффективности использования информационных ресурсов: монография / С.И. Ашмарина, Т.Н. Гороховицкая. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2005. – 420 с
11. Велесько Е.И., Быков А.А., Дражек З. «Стратегический менеджмент», Минск «Технология», 2007 г.
12. Вершигора Е.Е. Менеджмент: Учебное пособие для вузов. М.: ИНФРА–М, 2005. – 282с.

13. Карлсберг К. Бизнес-анализ с помощью Excel 2013. М. : «Вильямс». 2013. 288 с.
14. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление: Учебное пособие для вузов. М.: ОМЕГА–Л, 2006. – 464с.
15. Гейгер Г. Экономика предприятия: Ускоренный курс. М.: Дело и Сервис, 2005–208с.
16. Гордієнко І.В. Інформаційні системи і технології в менеджменті : навч.–метод, посіб. для самост. вивч. дисц. / І.В. Гордієнко. – 2–ге вид., перероб. і допов. – К. : КНЕУ, 2003. – 259 с.
17. Громов Г.Р. Очерки информационной технологии. – М.: ИнфоАрт, 1991. – 331 с.
18. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч.посібник. К. : КНЕУ. 2016. 328 с.
19. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1990. – С. 492-505.
20. Джурабаев К.Т. Производственный менеджмент: Учебное пособие для вузов. М.: КНОРУС, 2005. – 406с.
21. Дорофеев В.Д. Менеджмент: Учеб. Пособие / Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н., Шестопап Н.Ю. – М.: ИНФРА–М, 2008. – 281с.
22. Жадько К.С. Загальна характеристика переваг і недоліків системи електронного опрацювання даних. Наукове видання: Ринкова трансформація економіки АПК. Т – 3., За ред. П.Т.Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Є. Мазнева. – Київ.: ІАЕ, 2002. – С.394–396.
23. Бесплатные книги для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://yurist-online.com/uslugi/biznes/knigi/>

24. Іванова Т. В., Баранов В. В. Сучасний стан розвитку інформаційних систем//Вісник Кіровоградського НТУ.–2010.
25. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учебное пособие для вузов. Минск: Новое издание, 2005. – 655с.
26. Інформаційне законодавство України [Текст]: науково–практичний коментар / За ред. Бондаренко С.В.– К.: Юридична думка, 2009.– 241с.
27. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. – М.: Юнити, 2002.
28. Качир К. Информационная система промышленного предприятия. – М.: Прогресс, 2009. – 204 с.
29. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления: Учебник. М.: Флинта, 2005. – 315с.
30. Козак М.І. Інтеграція видів обліку в умовах його автоматизації //Економіка АПК. – 2012. – № 3. – С. 71–75.
31. Козловский В.А., Маркина Т.В., Макаров В.М. «Производственный и операционный менеджмент», С–Петербург, 2008г.
32. Комплексная автоматизация управления. Решения корпорации Парус.–К.: СП «Парус–Украина», 2007. – 100 с.
33. Корюшкова А.А. Информационный рынок: продукция, услуги, цены и ценообразование. – М.: Коринф, 2012.
34. Лизун А. Актуальные вопросы автоматизации (круглый стол руководителей) // Управление предприятием. – 2002. – № 2. – С. 9–11.
35. Лукичева Л.И. Управление персоналом: Учебное пособие для вузов. М.: Омега–Л, 2008. – 263с.
36. Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ.– 2–е изд.– М.: Дело, 2007. – 448 с.

37. Мастяниця Й.І. Інформаційні ресурси України: проблеми державного регулювання [Текст]: монографія / Й.І.Мастяниця.– К.: НІСД, 2006.–141с.
38. Мейган М. Работа с персоналом: введение в должность / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2006. – 206 с.
39. Мелюхин И.С. Об управлении информационными ресурсами // НТИ. Сер. 1. – 2012. №10–11. – С. 56–58.
40. Мескон М. Х., Альберт М., Хеудори Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ.– М.: «Дело», 2007 – 702 с.
41. Кастельс М. Могущество самобытности/Новая постиндустриальная волна на западе. Антология//Под редакцией В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С.292-308.
42. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2011
43. Нестеренко О.В. Єдина державна система електронних інформаційних ресурсів [Текст] / О.В.Нестеренко // Науково–технічна інформація.– 2006.– №4.– С.3–9.
44. Огарков А.А. Управление организацией: Учебник / А.А. Огарков. — М.: Эксмо, 2006. – 285с.
45. Орехов А.М. Информатизация общества – информационное общество (методологические проблемы) // Социальная информатика – 93. М., 1993. – с. 33.
46. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації [Текст] / З.В.Партико.– Львів: Афіша, 2008.– 290с.
47. Пархоменко В.Д. Наукові і організаційні проблеми управління інформаційними ресурсами [Текст] / В.Д.Пархоменко // Науково–технічна інформація.– 2013.– №3.– С.31–36.
48. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. К. : «Видавничий дім «Професіонал». 2018. 320 с

49. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч.–метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко. – К. : КНЕУ, 2001. – 296 с.
50. Плескач В.Л. Інформаційні технології та системи : підруч. для студ. екон. спец. / В.Л. Плескач, Ю.В. Рогушина, Н.П. Кустова. – К. : Книга, 2004. – 520 с.
51. Подлесных В. И. Теория организации: Учебник / В. И. Подлесных. – СПб.: Питер, 2006. – 402с.
52. Яковец Ю. Перспективные информационные технологии // Экономист. – 2009. – №5. – С. 73–78.
53. Поппель Г., Голдстайн Б. Информационная технология – миллионные прибыли. – М.: Экономика, 2008.– 238 с.
54. Прихотный Д.Г. Социально–экономическая природа информационного продукта и информационного ресурса. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 174 с.
55. Ракитов А.И. Наш путь к информационному обществу // Компьютерная революция и информационное общество. – М., 2008. – С.6.
56. Мелюхин И.О. Об управлении информационными ресурсами // НТИ. – (Сер. 1). –1992. – № 10–11. – С. 56– 58.
57. Родионов И.И. Информационные ресурсы для предпринимателей. –М.: Электронные знания,2009.–173 с.
58. Сілкова Г.В. Інформаційно–аналітична діяльність як напрям інформаційної діяльності/ Г.В. Сілкова// Вісн. Кн. палати. – 2009. – № 3. – С. 6–9.
59. Статут ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»
60. Фінансова звітність ТОВ «ГЛОБАЛ СЕЙЛ»

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди	
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ГЛОБАЛ СЕЙЛ"	за ЄДРПОУ	2020	01 01
Територія <u>КИЇВСЬКА</u>	за КОАТУУ	41915030	
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОІФ	3222410600	
Вид економічної діяльності <u>Роздрібна торгівля члальним</u>	за КВЕД	240	
Середня кількість працівників, осіб <u>30</u>		47.30	
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>			
Адреса, телефон <u>вулиця Чорновола, буд. 54, оф. 3, м. ВИШНЕВЕ, КИСВО-СВЯТОШИНСЬКИЙ РАЙОН, КИЇВСЬКА обл., 08132</u>		4943111	

1.Баланс на 31 грудня 2019 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД		1801006
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	78,6	144,0
первісна вартість	1011	370,9	554,7
знос	1012	(292,3)	(410,7)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	78,6	144,0
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	289,2	424,7
у тому числі готова продукція	1103	289,1	424,6
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	15 877,2	54 816,7
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	10,4	318,4
у тому числі з податку на прибуток	1136	2,0	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	35 645,9	493 531,3
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 501,6	5 128,3
Витрати майбутніх періодів	1170	-	5,0
Інші оборотні активи	1190	3 676,3	7 672,8
Усього за розділом II	1195	57 000,6	561 897,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	57 079,2	562 041,2

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	400,0	400,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	67,9	100,0
Перозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 289,9	8 411,4
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	1 757,8	8 911,4
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	350 747,2
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	29 025,5	102 010,7
розрахунками з бюджетом	1620	21,4	451,8
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	419,0
розрахунками зі страхування	1625	24,2	37,2
розрахунками з оплати праці	1630	91,4	139,0
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	26 158,9	99 616,4
Усього за розділом III	1695	55 321,4	553 002,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	57 079,2	562 041,2

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2019 р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 700 762,6	323 597,3
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	1 700 762,6	323 597,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1 637 871,0)	(319 766,7)
Інші операційні витрати	2180	(20 025,1)	(2 174,8)
Інші витрати	2270	(34 142,6)	(3,0)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(1 692 038,7)	(321 944,5)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	8 723,9	1 652,8
Податок на прибуток	2300	(1 570,3)	(298,0)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	7 153,6	1 354,8

Керівник

Головний бухгалтер



(підпис)

(підпис)

ЕП Малікова
Аурелія
Валентинівна

а

Малікова Аурелія Валентинівна

(ініціали, прізвище)

Малікова Аурелія Валентинівна

(ініціали, прізвище)

ДОДАТОК Б

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25 "Спрощена фінансова
звітність"
(пункт 5 розділу I)

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Фінансова звітність малого підприємства

Підприємство	Дата (рік, місяць, число)	Коди		
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ГЛОБАЛ СЕЙЛ"	за ЄДРПОУ	2021	01	01
Територія КИСВО-СВЯТОШИНСЬКИЙ РАЙОН	за КОАТУУ	41915030		
Організаційно-правова форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОПФГ	3222410600		
Вид економічної діяльності Роздрібна торгівля пальним	за КВЕД	240		
Середня кількість працівників, осіб 32		47.30		
Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон вулиця Чорновола, буд. 54, оф. 3, м. ВИШНЕВЕ, КИСВО-СВЯТОШИНСЬКИЙ РАЙОН, КИЇВСЬКА обл., 08132		4943111		

1. Баланс на 31 грудня 2020 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД		1801006
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	-	-
накопичена амортизація	1002	(-)	(-)
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби :	1010	144,0	366,7
первісна вартість	1011	554,7	998,9
знос	1012	(410,7)	(632,2)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	144,0	366,7
II. Оборотні активи			
Запаси :	1100	424,7	625,8
у тому числі готова продукція	1103	424,6	625,5
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	54 816,7	48 215,9
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	318,4	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	493 531,3	649 029,5
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	5 128,3	3 462,9
Витрати майбутніх періодів	1170	5,0	5,0
Інші оборотні активи	1190	7 672,8	9 641,6
Усього за розділом II	1195	561 897,2	710 980,7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	562 041,2	711 347,4

З оригіналом згідно
Директор ТОВ «Глобал Сейл»



Малікова А.В.

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	400,0	400,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	100,0	100,0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	8 411,4	15 258,4
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	8 911,4	15 758,4
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	350 747,2	484 671,8
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	102 010,7	8 294,6
розрахунками з бюджетом	1620	451,8	468,8
у тому числі з податку на прибуток	1621	419,0	381,1
розрахунками зі страхування	1625	37,2	36,1
розрахунками з оплати праці	1630	139,0	135,5
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	99 616,4	201 780,1
Усього за розділом III	1695	553 002,3	695 386,9
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
Баланс	1900	562 041,2	711 347,4

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2020 _____ р.

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 742 677,6	1 700 762,6
Інші операційні доходи	2120	16,8	-
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	1 742 694,4	1 700 762,6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1 635 893,5)	(1 637 871,0)
Інші операційні витрати	2180	(18 416,3)	(20 025,1)
Інші витрати	2270	(79 922,3)	(34 142,6)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(1 734 232,1)	(1 692 038,7)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	8 462,3	8 723,9
Податок на прибуток	2300	(1 615,3)	(1 570,3)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	6 847,0	7 153,6

Керівник _____

Головний бухгалтер _____



(підпис)

(підпис)

ЕП Малікова
Аурелія
Валентинівна

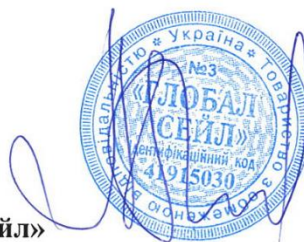
Малікова Аурелія Валентинівна

(ініціали, прізвище)

Малікова Аурелія Валентинівна

(ініціали, прізвище)

З оригіналом згідно
Директор ТОВ «Глобал Сейл»



Малікова А.В.