

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет економічних наук
Кафедра маркетингу та управління бізнесом

Кваліфікаційна робота

освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ
СИСТЕМ І ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ»**

Виконала: студентка 4-го року
навчання,

Спеціальності
073 Менеджмент

Виноградська Юлія Андріївна

Керівник Демчук З.О.

кандидат економічних наук,
старший викладач

Рецензент Ніфатова О.М.

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою

Секретар ЕК Ісаєнко А.М.

«____» _____ 2021 р.

ГРАФІК ПІДГОТОВКИ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ ДО ЗАХИСТУ

| № з/п | ПЕРЕЛІК РОБІТ | Термін виконання | Дата ознайомлення наукового керівника | Підпис наукового керівника | Примітки |
|-------|---|------------------------------|---------------------------------------|----------------------------|----------|
| 1. | Вибір теми, затвердження її на засіданні кафедри та закріплення наукового керівника Узгодження календарного графіка підготовки кваліфікаційної роботи. Ознайомлення студента з критеріями оцінювання кваліфікаційної роботи (п. 8.5). | жовтень | 09.10.2020 | | |
| 2. | Вивчення джерел літератури, матеріалів архівів, періодичних видань, збір та узагальнення фактів, даних | жовтень – листопад | 22.12.2020 | | |
| 3. | Складання плану каліф. роботи та узгодження з науковим керівником | листопад | 22.12.2020 | | |
| 4. | Написання розділів роботи | листопад – березень | 22.12.2020 – 05.05.2021 | | |
| 5. | Постановка експерименту, аналіз отриманих результатів наукового дослідження | лютий | 22.02.2021 | | |
| 6. | Проміжний контроль виконання роботи | січень – березень | 22.12.2020 – 05.05.2021 | | |
| 7. | Написання кваліфікаційної роботи в цілому, ознайомлення з її першим варіантом наукового керівника | середина лютого | 10.02.2021 | | |
| 8. | Розділ 1 (постановка проблеми, теоретичні основи, огляд літературних джерел) | початок березня | 01.03.2021 | | |
| 9. | Розділ 2 (аналітично-дослідницька частина) (експериментальна частина для природничих і біологічних наук) | початок травня | 05.05.2021 | | |
| 10. | Розділ 3 (проектно-рекомендаційна частина) (аналіз результатів експерименту для природничих і біологічних наук) | квітень – початок травня | 05.05.2021 | | |
| 11. | Повне завершення написання кваліфікаційної роботи, оформлення її згідно з вимогами й подання на відгук науковому керівнику | середина травня | 05.05.2021 | | |
| 12. | Подання кваліфікаційної роботи для перевірки письмових робіт студентів НаУКМА на відповідність вимогам академічної доброчесності, | середина травня | 06.05.2021 | | |
| 13. | Подання на зовнішню рецензію | до 8 травня | 07.05.2021 | | |
| 14. | Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи на засіданні кафедри: написання доповіді та виготовлення ілюстративного матеріалу | до 12 травня | 12.05.2021 | | |
| 15. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на засіданні кафедри | до 15 травня | 14.05.2021 | | |
| 16. | Подання кваліфікаційної роботи на кафедру з усіма супроводжувальними документами | згідно з розкладом роботи ЕК | | | |
| 17. | Публічний захист кваліфікаційної роботи перед експертною комісією | | | | |

Графік узгоджено «26» жовтня 2020р.

Науковий керівник Демчук Зоя Олегівна(ПІБ)

Виконавець кваліфікаційної роботи Виноградська Юлія Андріївна (ПІБ)

ПРИМІТКА: Завдання на кваліфікаційну/магістерську роботу та графік підготовки кваліфікаційної/магістерської роботи до захисту друкуються на одному аркуші, на двох сторінках.

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет **економічних наук**

Кафедра **маркетингу та управління бізнесом**

Освітній ступінь **бакалавр**

Спеціальність **073 Менеджмент**
(код і назва)

Освітня програма **Менеджмент**
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

“ _____ ” _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ

Виноградській Юлії Андріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Використання сучасних інформаційних систем і інформаційних технологій для підвищення ефективності управління компаніями»

керівник роботи Демчук Зоя Олегівна, кандидат економічних наук, старший викладач

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «17» травня 2021 року №457-с

2. Строк подання студентом роботи 14 травня 2021 р.

3. План роботи

Вступ

Розділ 1. Теоретична основа понять «Інформаційна система» і «інформаційна технологія» та їх вплив на підвищення ефективності управління компаніями

1.1 Поняття і структурні елементи інформаційних систем і інформаційних технологій

1.2 Сучасні тенденції та тренди, пов'язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями

1.3 Структура прийняття рішень в компанії за допомогою використання інформаційних технологій Google Analytics та Algolia

Висновок до першого розділу

Розділ 2. Аналіз використання інформаційних систем і інформаційних технологій на прикладі управлінської складової компанії «Decathlon»

2.1 Загальна характеристика компанії Decathlon та її управлінська структура

2.2 Аналіз використання інформаційних систем та інформаційних технологій управління компанією Decathlon

2.3 Аналіз обсягів продажу компанії Decathlon завдяки використанню інформаційних системи Google Sheets, Google Analytics, Google Data Studio

Висновок до другого розділу

Розділ 3. Рекомендації щодо впровадження сучасних інформаційних систем і інформаційних технологій для підвищення ефективності управління компаніями

3.1 Формулювання рекомендацій щодо оптимізації управлінської складової за допомогою використання інформаційної системи PrestaShop

3.2 Оцінка наданих рекомендацій щодо підвищення ефективності управління компанії Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop шляхом проведення експертного опитування

Висновок до третього розділу

Висновки

Список використаної літератури

Додатки

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 7 |
| Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА ПОНЯТЬ «ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА» І «ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ» ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ..... | 11 |
| 1.1 Поняття і структурні елементи інформаційних систем та інформаційних технологій | 11 |
| 1.2 Сучасні тенденції та тренди, пов'язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями..... | 16 |
| 1.3 Структура прийняття рішень в компанії за допомогою використання інформаційних технологій Google Analytics та Algolia..... | 21 |
| Висновок до першого розділу..... | 26 |
| Розділ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРИКЛАДІ УПРАВЛІНСЬКОЇ СКЛАДОВОЇ КОМПАНІЇ «DECATHLON»..... | 28 |
| 2.1 Загальна характеристика компанії Decathlon та її управлінська структура..... | 28 |
| 2.2 Аналіз використання інформаційних систем та інформаційних технологій управління компанією Decathlon | 36 |
| 2.3 Аналіз обсягів продажу компанії Decathlon завдяки використанню інформаційних системи Google Sheets, Google Analytics, Google Data Studio | 43 |
| Висновок до другого розділу | 51 |
| Розділ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ | 53 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1 Формулювання рекомендацій щодо оптимізації управлінської складової за допомогою використання інформаційної системи PrestaShop... | 53 |
| 3.2 Оцінка наданих рекомендацій щодо підвищення ефективності управління компанії Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop шляхом проведення експертного опитування..... | 64 |
| Висновок до третього розділу..... | 67 |
| ВИСНОВКИ | 69 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 73 |
| ДОДАТКИ..... | 77 |

ВСТУП

Сьогодні уявити світ без використання інформаційних систем та інформаційних технологій, як в професійній, так і повсякденній діяльності неможливо. Кожного дня ми взаємодіємо зі штучним інтелектом, який полегшує сотні комп'ютерних процесів, що є автоматизованими та доведеними до досконалої точності. Завдяки тому, що програми беруть на себе рутинні обов'язки людини, позбавляючи її відповідальності за достовірність розрахунків чи секундну швидкість виконання надзвичайно важких процедур, вона (людина) може сконцентрувати свою увагу на більш творчій роботі, комунікації чи створенні проектів на основі імпортованих даних. Це в свою чергу дозволяє зробити роботу в рази ефективнішою, а бізнес більш рентабельнішим.

Тематика дослідження. Тематикою дослідження дипломної роботи є використання сучасних інформаційних систем та інформаційних технологій для підвищення ефективності управління компаніями.

Проблематика дослідження. Проблематикою дослідження є визначення стратегій щодо використання сучасних інформаційних систем та інформаційних технологій задля підвищення ефективності управління компаніями з метою збільшення конкурентоспроможності бізнесів серед альтернативних, що є на ринку продажу товарів та послуг.

Доцільність дослідження. Доцільність цієї теми неможливо переоцінити, оскільки не існує жодної компанії, яка б не взаємодіяла зі штучним інтелектом з ціллю підвищення бізнес-можливостей робочих процесів.

Актуальність дослідження. Актуальність дипломної роботи обумовлена описанням різноманітних інформаційних систем та інформаційних технологій, що використовують успішні компанії для підвищення ефективності менеджменту, як зі сторони оптимізації, планування

та розподілення професійних обов'язків, ведення комунікації між працівниками та керівниками, так і зі сторони безпосереднього виконання кваліфікаційних задач та бізнес-проектів, контролю і моніторингу результатів діяльності компанії, на базі яких приймаються управлінські рішення.

Мета роботи. Метою дипломної роботи є описання та обґрунтування доцільності використання сучасних інформаційних систем та інформаційних технологій, що спрямовані на покращення ефективності менеджменту компанії Decathlon, а також оцінка та формулювання рекомендацій щодо оптимізації управлінської складової за допомогою експлуатації інформаційної системи PrestaShop.

Завдання роботи. Для досягнення мети було сформульовано такі завдання:

- з'ясувати дефініції «інформаційні системи» та «інформаційні технології» та їх структурні елементи;
- дослідити сучасні тенденції та тренди, пов'язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями;
- розглянути структуру прийняття рішень в компанії за допомогою використання інформаційних технологій Google Analytics та Algolia;
- дослідити загальну характеристику компанії Decathlon та її управлінську структуру;
- проаналізувати використання інформаційних систем та інформаційних технологій управління компанією Decathlon;
- проаналізувати обсяги продажу компанії Decathlon завдяки використанню інформаційних систем Google Sheets, Google Analytics та Google Data Studio;
- сформулювати рекомендації щодо оптимізації управлінської складової компанії Decathlon за допомогою використання інформаційної систем PrestaShop;

- оцінити надані рекомендації щодо підвищення ефективності управління компанії Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop шляхом проведення експертного опитування.

Об’єкт дослідження. Об’єктом дослідження є управлінська складова бізнесу компанії Decathlon.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є використання сучасних інформаційних систем та інформаційних технологій для підвищення ефективності управління компаніями.

Методи дослідження. Основними методами дослідження даної теми є загальнонаукові методи дослідження (емпіричні, до яких належать опис, спостереження та вимірювання; теоретичні, до яких належать аналіз, синтез, дедукція та індукція, узагальнення та пояснення; конкретно-наукові, до яких належить метод експертних оцінок). Усі методи описані у дипломній роботі для отримання теоретико-практичних знань для підвищення ефективності управління компаніями, а також для створення рекомендаційної моделі для удосконалення менеджменту в бізнес-індустрії з метою прийняття правильних рішень, що базуються на принципах максимізації доходів і мінімізації ризиків.

Інформаційне забезпечення роботи. Інформаційним забезпеченням дипломної роботи є праці науковців у сфері інформаційних технологій; сучасні тенденції та тренди, пов’язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями; конфіденційні, статистичні дані компанії Decathlon, що розглядається в дипломній роботі; результати власних досліджень автора.

Гіпотеза дослідження. Гіпотезою дослідження є наступне припущення «Існує прямо-пропорційна залежність між використанням інформаційних систем і інформаційних технологій та ефективністю управлінської складової компаній». Дана гіпотеза буде доведена на основі аналізу наукових джерел, власних міркувань та спостережень за статистичними даними досліджуваної компанії Decathlon.

Практична значущість роботи. Практичною значущістю для компанії є те, що Decathlon може використати результати дослідження для підвищення ефективності своєї управлінської складової бізнесу.

Апробація отриманих результатів. Основні положення, результати та висновки роботи були надіслані здобувачем на Міжнародну науково-практичну конференцію «Сучасні наукові інновації» (Київ, 2021 р.). Тематикою тез стала вибрана інформація з пункту 1.3 першого розділу кваліфікаційної роботи, а саме «Структура прийняття рішень в компанії за допомогою використання інформаційних технологій Google Analytics та Algolia».

Структура і обсяг роботи. Зміст дипломної роботи викладено на 78 сторінках основного тексту. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури і додатків (з 5-ти найменувань). Матеріали дипломної роботи проілюстровано 22 рисунками, 5 таблицями та 2 діаграмами.

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА ПОНЯТЬ «ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА» І «ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ» ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ

1.1 Поняття і структурні елементи інформаційних систем та інформаційних технологій

У сучасному світі одним з найбільш цінних ресурсів є інформація. Проте коли даних стає занадто багато, їх потрібно обробляти та систематизувати для зручності та швидкості пошуку. Тоді на допомогу приходять інформаційні системи. Для безпомилкового функціонування інформаційних систем необхідно їх правильно інстальовувати, здійснювати перепрограмування при збоях, а також пояснювати користувачам, як використовувати це чи інше програмне забезпечення. Знання щодо інформаційних систем необхідні нам не тільки у повсякденному житті для того, щоб працювати за комп'ютером та розбиратись у смартфонах, але й щоб зберігати важливі файли, створювати програми і навіть забезпечувати правильне функціонування промислового обладнання.

Будучи інтегрованим набором компонентів для збору, зберігання та обробки даних, інформаційні системи використовуються з ціллю вирішення конкретної задачі. Вони побудовані на базі комп'ютерної техніки і призначені для передачі значного об'єму інформаційного контенту, що має конкретну практичну сферу використання. Інформаційні системи є взаємопов'язаною сукупністю засобів для зберігання даних різної структури, аналізу та прогнозування інформаційних потоків, дослідження способів їх представлення та створення інформаційних сховищ.

Щоб краще зрозуміти поняття «інформаційні системи» у таблиці 1.1 представлено дослідження даної дефініції, що сформульоване на основі наукових праць відомих дослідників цієї теми.

Таблиця 1.1

Дослідження дефініції «інформаційні системи»

| № | Автор | Визначення |
|----|------------------------|---|
| 1. | Буржуа Д. [13] | «Інформаційні системи - це взаємопов'язані компоненти, що працюють разом для збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації для підтримки прийняття рішень, координації, контролю, аналізу та візуалізації в компанії» |
| 2. | Буржуа Д. [13] | «Інформаційні системи - це поєднання апаратного, програмного забезпечення та телекомунікаційних мереж, які використовують люди для збору, створення та розповсюдження корисних даних, як правило, в організаційних умовах» |
| 3. | Стаїр Р. [11] | «Інформаційні системи – це сума компонентів, що використовується для збору вихідних даних, перетворення їх на результати, що необхідні для внесення змін щодо введення чи обробки інформації для виконання певної діяльності, а також для виробництва контенту у формі документів чи звітів» |
| 4. | Ватсон Р.Т. [12] | «Інформаційна система – це система, призначена для збору, обробки, зберігання та розповсюдження інформації і складається з чотирьох найважливіших компонентів: технології, процесу, структури та людей» |
| 5. | Корнфорд Т. [11] | «Інформаційні системи – це взаємозв'язок чотирьох компонентів: цифрових технологій, які лежать в основі комп'ютерної обробки інформації; людей, які працюють з інформаційними системами і використовують їх; завдань, які вони хочуть виконати, та їхні конкретні потреби чи вимоги; соціальної або організаційної структури, в межах якої створена інформаційна система» |

Джерело: сформовано автором на основі [11, 12, 13]

Інформаційні системи мають п'ять основних структурних елементів: апаратне забезпечення, програмне забезпечення, дані, люди та процеси. Перші три належать до технологічних елементів. Останні два – до соціальних або ж організаційних.

Технологічні структурні елементи інформаційних систем можна розглядати як застосування наукових знань для практичних цілей (від

винаходу колеса до використання електрики для штучного освітлення приміщень). Це технології, без яких уявити сучасне життя неможливо: мобільний зв'язок, доступ до Інтернету, онлайн банк, електронне замовлення білетів та багато іншого. До цього виду структурних елементів входять:

- 1) Апаратне забезпечення (Hardware) – це тактильна фізична частина інформаційної системи, яку використовує людина для продукування певних технологічних дій (комп'ютер, клавіатура, мишка, флешка тощо);
- 2) Програмне забезпечення (Software) – це набір інструкцій, які вказують апаратному забезпеченню, що робити. Програмне забезпечення на відміну від апаратного не є матеріальним – його не можна торкнутися. Апаратне забезпечення створюється програмістами, які, набираючи відповідні коди, дають апаратному забезпеченню ряд функціональних обов'язків;
- 3) Дані (Data) – це сукупність фактів, які у правильній інформаційній комбінації є цінним та потужним інструментом для бізнесу (компанії збирають дані і використовують їх для прийняття рішень, які потім можна проаналізувати щодо їх ефективності). Дані, як і програмне забезпечення не є матеріальними, їх неможливо побачити без використання апаратного забезпечення. Дані є комплексом певного інформаційного навантаження, як, наприклад, особисті дані при оформленні замовлення в інтернет-магазині (ППП, e-mail, номер телефону, адреса тощо) [15].

Соціальними або ж організаційними структурними елементами інформаційних систем є діяльність та комунікація людей через використання програмного та апаратного забезпечення. До цього виду належать:

- 1) Люди, які беруть участь в роботі з інформаційними системами. Це програмісти, розробники програм, модератори, спеціалісти по робототехніці, спеціалісти по інформаційній безпеці, UX/UI дизайнери, системні аналітики тощо. Люди є важливими елементами

інформаційних систем, завдяки яким здійснюються тисячі операцій для полегшення нашого життя;

2) Процес – це низка кроків, здійснених для досягнення бажаного результату або мети. Інформаційні системи стають все більш інтегрованими з організаційними процесами, забезпечуючи більшу продуктивність та кращий контроль над цими процесами. Кінцевою метою є вдосконалення процесів, як внутрішніх, так і зовнішніх, покращення взаємодії з постачальниками та замовниками.

Отже, інформаційні системи є сукупністю компонентів, які збирають, зберігають, упорядковують та розподіляють дані, наприклад, по всій компанії. Їх роль полягає у тому, щоб брати дані та перетворювати їх на інформацію, а потім трансформувати цю інформацію в знання, необхідні для розвитку для компанії.

Дочірнім поняттям до інформаційних систем є поняття інформаційних технологій. Інформаційні технології – це процес, що використовує сукупність засобів і методів збору, зберігання, обробки і передачі даних для отримання інформації нової якості про стан об'єкта, певні процеси чи уявлення. Інформаційні технології використовуються з ціллю виробництва інформації для її аналізу та прийняття на цій основі рішень щодо виконання поставленого завдання. Вони є алгоритмами роботи з інформацією, певними послідовностями дій, принципами або ж математичними моделями для пошуку, утримання, обробки та систематизації даних [9].

Щоб краще зрозуміти поняття «інформаційні технології» у таблиці 1.2 представлено дослідження даної дефініції, що сформульоване на основі наукових праць відомих дослідників цієї теми (дослідження науковців щодо понять «інформаційні системи» та «інформаційні технології» описуються в комплексі, адже ці дві дефініції є взаємодоповняльними елементами однієї теми).

Таблиця 1.2

Дослідження дефініції «інформаційні технології»

| № | Автор | Визначення |
|----|----------------------|--|
| 1. | Буржуа Д. [13] | «Інформаційні технології – це процес інтегрування цифрових інструментів з людською працею для глобальних змін щодо інформаційної складової певної діяльності» |
| 2. | Шокін Ю. [10] | «Інформаційні технології – це технології щодо створення та експлуатації інформаційних ресурсів з ціллю забезпечити поєднання різних типів інформаційних серверів в складі одного чи декількох інформаційних вузлів» |
| 3. | Нурені Є. [14] | «Інформаційні технології – це термін, що підкреслює роль уніфікованих зав'язків людини в інтеграції з комп'ютером, програмним забезпеченням і сховищем даних, що дозволяють користувачам отримувати доступ, зберігати, передавати та маніпулювати інформацією» |

Джерело: сформовано автором на основі [10, 13, 14]

Структурними елементами інформаційних технологій так само, як і для інформаційних систем є технічне, програмне, інформаційне та організаційно-процесне забезпечення.

Інформаційні технології використовуються для:

- Систематизації графічної інформації за допомогою графічних редакторів (Adobe Illustrator, CorelDRAW, Adobe Photoshop Lightroom), програм для обробки відео та фотографій (Adobe Photoshop, Picasa, Movavi Photo Editor), програм комп'ютерної верстки (Adobe inDesign, Adobe PageMaker, QuarkXPress), програм для створення презентацій (Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress) тощо;
- Створення інтерфейсів (Figma, Adobe XD, Sketch);
- Роботи з електронними таблицями (Excel);
- Обробки текстової інформації (Notepad ++, Kate, Bluefish);
- Обміну повідомленнями, фото- та відеоматеріалами (Telegram, Messenger, WhatsApp);

- Відеотелефонії та відеочатів (Zoom, Microsoft Teams, Skype);
- Роботи з базами даних (Microsoft SQL Server, Oracle, SQLite);
- Управління проектами (Jira, Trello, Slack);
- Аналізу веб-сайтів та мобільних додатків (Google Analytics, Serpstat, SE Ranking);
- Для інших функцій [8].

Отже, інформаційні технології – це сукупність засобів і методів здійснення інформаційних процесів (збору, зберігання, обробки і передачі даних) для отримання інформації нової якості про стан продукту, процес або ж уявлення про предмет/технологію. Розвиток інформаційних технологій вкрай важливий для покращення рівня добробуту населення, а робота у сфері ІТ – перспективою теперішнього та майбутнього.

1.2 Сучасні тенденції та тренди, пов'язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями

Розвиток та використання інформаційних систем та інформаційних технологій з кожним роком нарощують свої обороти. 21 століття стало століттям для розквіту інновацій в ІТ-світі, залишаючи офлайн-діяльність далеко позаду. Міжнародні компанії, що є постачальниками маркетингових досліджень, аналізуючи сучасні напрямки щодо популярності та актуальності конкретних інформаційних технологій, складають прогнози, в яких висвітлюють ймовірність росту тих чи інших ІТ-тенденцій та ІТ-трендів (методика використання нових інформаційних систем та інформаційних технологій наглядно продемонстрована в (Додатку Б)).

Беручи до уваги сучасні тенденції, пов'язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями у 2021 році, можна продемонструвати наступний прогноз:

1) Гіперавтоматизація робочого процесу

Через пандемію COVID-19 світ назавжди змінився. Вже немає ніяких сумнівів, що за гіперавтоматизацією праці наше майбутнє.

Автоматизація робочого процесу стає важливою конкурентною перевагою, яка може створити комплементарні умови для виживання бізнесу. Симбіоз штучного інтелекту та автоматизації наскрізних бізнес-процесів або ж іншими словами гіперавтоматизація, що досягне завершеного стану у найближчі декілька років кардинально змінить структуру роботи компаній, що хочуть підвищити ефективність своєї діяльності, економлячи час та гроші і розкриваючи творчий потенціал своїх працівників без нудних рутинних обов'язків, які потребують надзвичайної точності та достовірності.

Гіперавтоматизація – це поєднання людського та автоматичного, де комп'ютерні боти виконують певний перелік дій, що був заздалегідь прописаний програмістами та qa-інженерами. Завдяки роботизованій технології гіперавтоматизація може імітувати дії користувача, що увійшов на сайт, аналізуючи його алгоритми та інформаційне навантаження, а також контролювати процеси, прописувати завдання, сортувати запити по відділам так, як це зробили б працівники, проте набагато швидше, точніше та достовірніше. Впровадження гіперавтоматизації сприятиме підвищенню ефективності управлінського процесу, оскільки працівники компанії будуть вирішувати проблеми вищого рівня, використовуючи свої інтелектуальні здібності та творчий потенціал. Це призведе до збільшення колективної мотивації, делегування рутинних завдань віртуальним помічникам, спільного пошуку оптимальних рішень, підвищення доходів компанії та заробітної плати працівників, покращення комунікації між відділами, прогнозу майбутнього розвитку компанії та багато іншого [7].

2) Бізнес-аналітика як інструмент прийняття рішень

Бізнес аналітика – це інформаційна технологія, що, використовуючи методи бізнес аналізу, проводить аналітику діяльності компанії з ціллю усунення труднощів бізнесу та прийняття рішень на базі отриманих даних.

Бізнес-аналітика охоплює процеси збору, зберігання та аналізу інформації для оптимізації робочого процесу, завдяки яким працівники можуть приймати найбільш правильні рішення, що пояснюватимуться проблематикою поточної ситуації в компанії.

Бізнес-аналітика включає статистику видобутку даних, звітність, порівняння поточних даних з історичними, статистичний і візуальний аналіз тощо. Усе це сприятиме прийняттю найкращих рішень в компанії щодо шляхів збільшення прибутку, поведінки клієнтів, конкурентних переваг та недоліків, продуктивності бізнесу, оптимізації виробничих процесів, прогнозування успіху та багато іншого. Таким чином для підвищення ефективності управління використання бізнес-аналітики є невід'ємним елементом, що автоматично вираховує та прогнозує бізнес-ситуацію в компанії [5].

3) Впровадження технології Smart Contracts

Smart Contracts або ж розумні контакти – це контакти, що самостійно записують умови договору між двома сторонами у віртуальний код. Код та угода зберігаються у розподіленій децентралізованій мережі блокчейн. Код контролює виконання угоди, а транзакції є відстежувальними та прозорими.

Smart Contracts дозволяють здійснювати довірені транзакції та угоди між їхніми учасниками без необхідності звернення до централізованого органу влади. Це є великою перевагою, оскільки усі члени угоди можуть бути впевнені у результативності проведеної операції без участі посередника, бо транзакції відбуваються лише тоді, коли виконані прописані умови.

Розумні контракти сприятимуть підвищенню ефективності, як бізнесу в цілому, так і окремих його складових. На менеджмент компанії Smart Contracts вплинуть якнайкраще: угоди між працівниками та керівниками будуть занесені до інформаційної системи блокчейн, а транзакції здійснюватимуться швидко, безпечно та прозоро без будь-яких затримок. Завдяки тому, що запити транзакцій будуть зашифрованими у код і розподіленими між учасниками, ніхто з них не ставитиме під сумнів те, що інформація може бути зміненою для особистої вигоди [6].

4) Прискорений перехід до хмарних технологій

Хмарними технологіями вважається модель, завдяки якій відбувається розподілена обробка цифрових даних без безпосереднього залучення ресурсів комп'ютера. Наприклад, щоб не займати пам'ять смартфона, я використовую iCloud, де зберігаються мої фотографії і завантажуються з підключеним Wi-Fi, таким чином не використовуючи ресурси мого девайсу.

Прискорений перехід до хмарних технологій означає, що користувачі матимуть можливість самообслуговуватись на вимогу (придбати та застосовувати обчислювальні ресурси як додаткову пам'ять чи віртуальні машини), мати широкий доступ до мережі (за допомогою ноутбука чи телефона), об'єднувати свої ресурси і використовувати їх разом з декількома користувачами, отримувати більше ресурсів із хмари за допомогою масштабування і зменшувати їх об'єм, якщо вони не потрібні, а також проводити моніторинг використання сховищ тощо. Хмарні технології будуть корисними для підвищення ефективності управління компаніями завдяки можливості завантаження даних на різні пристрої, одночасного колективного редагування файлів та дистанційної роботи з ними. (Менеджер може надати доступ до даних працівникам, які вони можуть завантажити на свій комп'ютер, ноутбук чи смартфон та працювати за межами офісу) [3, 4].

5) Пріоритетність периферійного обчислення

Хмарні технології не завжди можуть задовольняти потреби користувачів, маючи певні баги у своїх програмах (довгий час завантаження елементів, неможливість локального сховища тощо). Тоді використовуються периферійні обчислення – цифрові технології, які базуються на технології Інтернету речей для підвищення клієнтського сервісу та покращення рівня комфорту під час здійснення онлайн-покупок.

Пріоритетність периферійного обчислення означає перехід користувачів на цифрові технології, що дозволить покращити ефективність бізнесу завдяки збільшенню експлуатаційної клієнтської онлайн-взаємодії, допоможе збільшити дохід компанії, а також удосконалити управлінську складову

бізнесу завдяки можливостям надання доступу, моніторингу, контролю та нагляду за периферійним простором [3].



Рис. 1.1 Сучасні тренди використання інформаційних систем і технологій для підвищення ефективності управління компаніями

Джерело: складено автором на основі [3-7]

Отже, сучасні тенденції та тренди використання інформаційних систем та інформаційних технологій з кожним днем набирають свої обороти завдяки інтелектуальній діяльності ІТ-працівників. Хоча їх повноцінне впровадження в бізнес-процеси знаходиться на стадії розвитку та потребує подальшого доопрацювання, прогнози міжнародних компаній, що є постачальниками маркетингових досліджень є позитивними. У найближчому майбутньому інформаційні технології, що запрограмовані на виконання конкретних дій зможуть полегшити сотні виробничих, аналітичних, організаційних, управлінських процесів тощо, а це в свою чергу збільшить ефективність бізнесу і розкриє творчий потенціал працівників без рутинних задач, що потребують максимальної точності та достовірності.

1.3 Структура прийняття рішень в компанії за допомогою використання інформаційних технологій Google Analytics та Algolia

Структура прийняття рішень в компанії є надзвичайно важливою процедурою управління, оскільки від її правильного виконання залежить успішність та рентабельність усього бізнесу. Із використанням інформаційних технологій процес прийняття рішень став набагато легшим, оскільки відповідні програми, аналізуючи дані компанії, можуть відповісти практично на усі питання стосовно взаємодії користувачів з інтерфейсом. Вони допомагають тверезо побачити ситуацію, яка є насправді, а також слабкі сторони, над якими варто працювати. Інформаційні технології оберігають менеджерів від неправильних рішень, що базуються на суб'єктивізмі, на бажанні йти на компроміс, де хороші пропозиції втрачають свою силу, тому що доводиться підводити їх під загальні інтереси і судження, на домінуванні окремих членів команди, що своїм авторитетом можуть перешкодити іншим учасникам генерувати ідеї, а також на відповідальності, яку брати на себе одного не хочеться. Шляхом багатостороннього обговорення, яке ґрунтоване

на аналізі даних, що зібраний завдяки інформаційним технологіям може бути прийняте найкраще рішення щодо ефективності введення бізнесу.

Перед тим, як перейти до структури прийняття рішень за допомогою використання інформаційних систем, варто вказати і структуру управління компанії, яка буде розглядатися в наступних розділах. Це функціональна структура управління, що побудована на підрозділах з рівними правами та ступенем відповідальності за результат виконаної роботи. Дана структура управління характеризується високим рівнем компетенції спеціалістів кожного підрозділу, швидкою реакцією на проблеми в бізнесі, делегуванням обов'язків від керівників до працівників та контролем за стратегічними результатами компанії. Функціональна структура управління дозволяє приймати рішення усією командою, беручи до уваги думку та професійну оцінку усіх спеціалістів з різних підрозділів, що позитивно впливає на ефективність компанії (Рис. 1.2).



Рис. 1.2 Функціональна структура управління

Джерело: складено автором на основі [18]

Якщо мова йде про компанію, то більшою мірою прийняття рішень базується на аналітиці, без якої успішне існування онлайн-бізнесу практично неможливе. Відсутність аналітики на сайті можна пояснити на прикладі гри у дартс, коли в момент кидка дротика у мішень вимикається світло, а результат успіху чи поразки побачити не можна, лише почути влучив ти чи ні. Зрозуміло, що, не побачивши, куди полетів дротик, правильно скоординувати наступний кидок вкрай важко. Те ж саме можна сказати і про сайт. Замовляючи, наприклад, рекламу у різних джерел дізнатись, хто саме привів покупців без введення аналітики неможливо. В такій ситуації прийняття рішень перетворюється на гру в рулетку.

Далі розглянемо такі інформаційні технології, як Google Analytics та Algolia.

1) Google Analytics

Google Analytics – це аналітичний сервіс для оптимізації веб-сайтів і мобільних додатків, введення статистики та індексування. Ця програма дає відповіді на такі важливі питання:

- Хто є відвідувачами сайту (їхня стать, вік, з якого пристрою вони заходять на сайт);
- Звідки вони до нас прийшли (із реклами, із пошукових систем, із Facebook чи Instagram, із сайту-партнера);
- Що вони робили на сайті (які сторінки вони відвідували, як скролили наші сторінки, як по ним переміщалися, на які блоки вони акцентували увагу, на яких блоках затримувались довше, яку взаємодію вони робили з сайтом, на які кнопки натискали, які відео чи фото дивились, як заповнювали форми і, якщо заповнювали, чи відсилали їх тощо) [2].

Google Analytics є безкоштовною програмою і всього лише після години налаштування дасть велику кількість інформації про сайт та його клієнтів, яка допоможе зробити бізнес в рази ефективнішим. Процес прийняття рішень стоятиме на фундаменті конверсії, трафіку, сегментації відвідувачів, обробки

сеансів та десятків інших елементів веб-аналітики, яку забезпечить цей сервіс (Рис. 1.3).

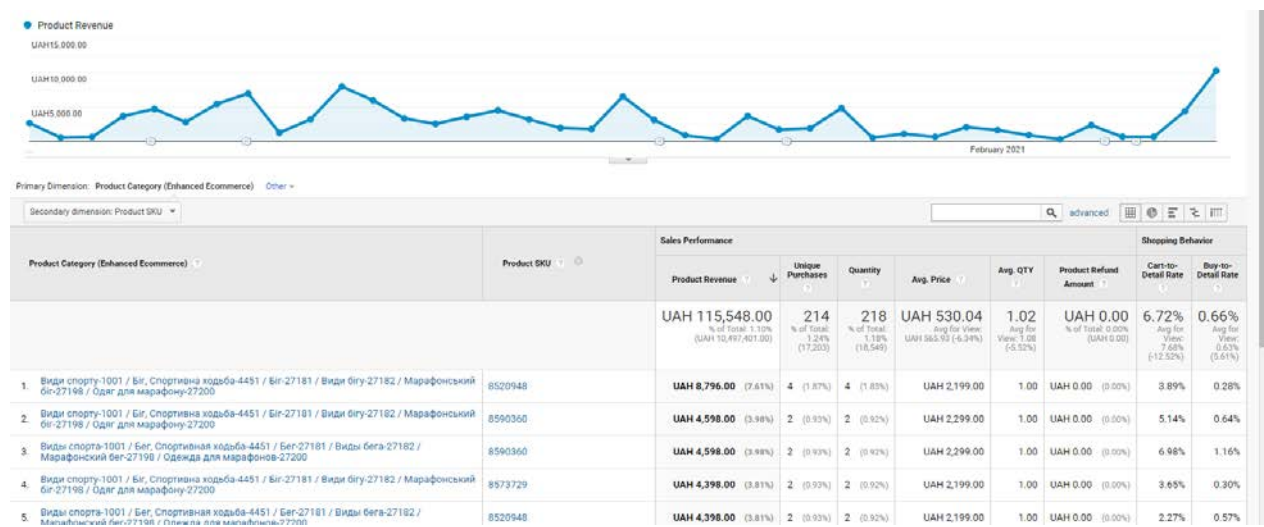


Рис. 1.3 Аналітика веб-сайту завдяки Google Analytics (зима 2021 рік)

Джерело: складено автором на основі [2]

2) Algolia

Algolia – це платформа пошуку та навігації для веб-сайтів та мобільних додатків. Завдяки Algolia розробники та бізнес-команди можуть створювати та оптимізовувати пошукові запити в Інтернеті для підвищення клієнтської зацікавленості сайтом, збільшення коефіцієнту конверсії та доходів. Algolia пропонує широкий вибір продуктивних рішень, як:

- Пошук та навігація (Site Search) – отримання максимально релевантного результату по своєму пошуковому запиті;
- Голосовий пошук (Voice Search) – зчитування голосового пошуку і виведення результатів запиту на екран девайсу;
- Геопошук (Geo Search) – ранжирування результатів пошуку на основі геоданих;
- Мобільний пошук (Mobile Search) – використання фронтальних компонентів для iOS, Android і мобільного Інтернету [1].

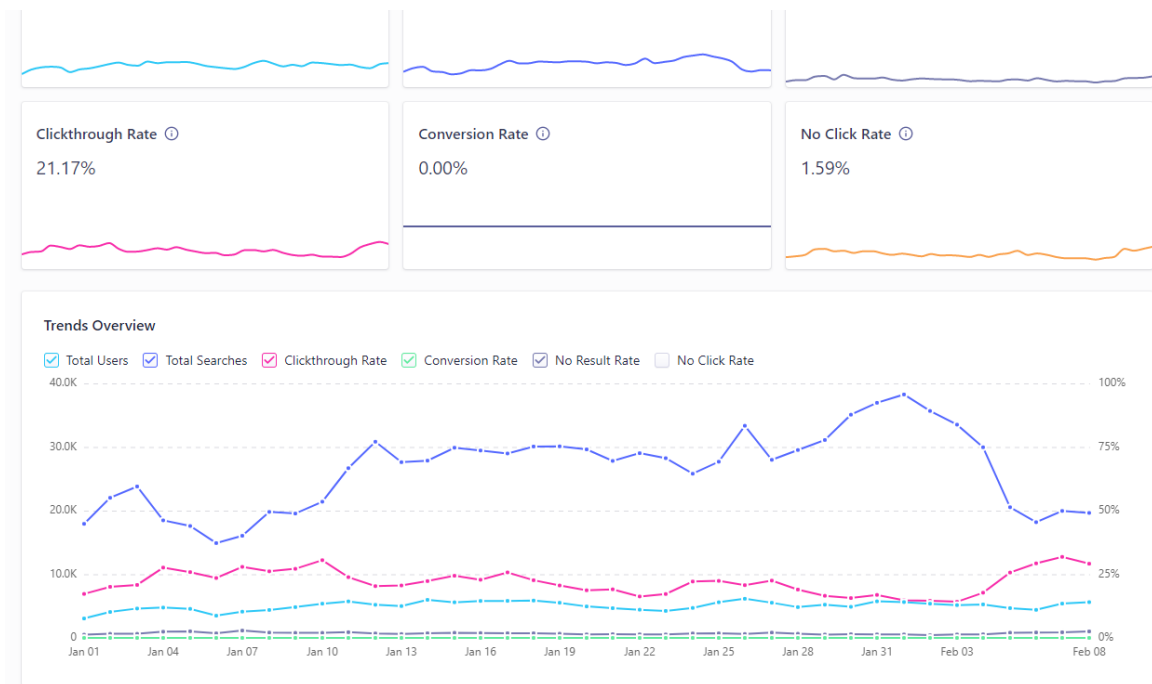


Рис. 1.4 Аналітика показників внутрішнього пошуку веб-сайту завдяки використанню Algolia (зима 2021 рік)

Джерело: складено автором на основі [1]

Завдяки Algolia здійснюється перелік наступних функцій:

- Пошукова видача інформації, сортування та релевантність (налаштування пошукового ранжування по дуже широкому вибору критеріїв: помилки, геолокація, фільтри, слова зі зниженою вагою, близькість слів, атрибуція, точний збір тощо);
- Пошукові правила (налаштування результатів пошукової видачі під конкретні запити користувача: правила показу, бустінг товарів/продуктів, закріплення слотів видачі тощо);
- Миттєвий пошук (динамічний пошук зі зворотним відліком у пошукове вікно);
- Персоналізація пошуку (використання великої кількості ознак про користувача для кастомізації пошукових результатів);
- А/В-тестування (миттєвий запуск і тестування нових експериментів прямо з дашборда платформи для підвищення пошукової конверсії);

- Пошуковий API (можливість швидкої інтеграції рішень і їх подальше налаштування) [1].

Завдяки Algolia процес прийняття рішень стане обґрунтованим, оскільки програма дасть можливість побачити статистику пошукових запитів та удосконалити її, збільшуючи конверсію на сайті. Менеджери координуватимуться A/B-тестуванням, яке наглядно продемонструє перевагу того чи іншого продукту, а найбільш релевантні товари у каталозі виставлятимуться першими, що призведе до збільшення прибутків компанії.

Отже, процес прийняття рішень завдяки використанню інформаційних технологій став набагато легшим та обґрунтованішим, оскільки правильно впроваджені у бізнес-систему програми відповідають на усі питання щодо взаємодії користувачів з інтерфейсом та указують на можливі проблеми на сайті. Крім того, штучний інтелект проводить аналітику, збір, обробку чи порівняння даних якісніше та швидше, ніж людина, не має емоцій або ж поганого настрою, що може негативно вплинути на результат роботи.

Інформаційні технології допомагають удосконалити бізнес-систему, збільшити доходи компанії, коефіцієнт конверсії, клієнтську обізнаність і зацікавленість компанією. На їхній основі можуть бути прийняті найбільш зважені та розумні рішення щодо рентабельності та конкурентоспроможності бізнесу.

Висновок до першого розділу

Інформаційні системи є сукупністю компонентів, які збирають, зберігають, упорядковують та розподіляють дані. Їх роль полягає у тому, щоб брати дані та перетворювати їх на інформацію, а потім трансформувати цю інформацію в знання для компанії.

Інформаційні технології є сукупністю засобів і методів здійснення інформаційних процесів для отримання даних нової якості про стан продукту, процес або ж уявлення про предмет/технологію.

Розвиток інформаційних систем та інформаційних технологій з кожним днем набирає свої обороти завдяки інтелектуальній діяльності ІТ-працівників. Хоча повноцінне впровадження штучного інтелекту в бізнес-процеси знаходиться на стадії розвитку та потребує подальшого доопрацювання, прогнози міжнародних компаній, що є постачальниками маркетингових досліджень є позитивними. У найближчому майбутньому інформаційні системи та технології, що запрограмовані на виконання конкретних дій зможуть полегшити сотні виробничих, аналітичних, організаційних, управлінських процесів тощо, а це в свою чергу збільшить ефективність бізнесу і розкриє творчий потенціал працівників без рутинних задач, що потребують максимальної точності та достовірності.

Процес прийняття рішень за допомогою використання інформаційних технологій став набагато легшим та обґрунтованішим, оскільки правильно впроваджені у бізнес-систему програми відповідають на усі питання щодо взаємодії користувачів з інтерфейсом та указують на можливі проблеми на сайті. Крім того, штучний інтелект проводить аналітику, збір, обробку чи порівняння даних якісніше та швидше, ніж людина, не має емоцій або ж поганого настрою, що може негативно вплинути на результат роботи. На основі штучного інтелекту можуть бути прийняті найбільш зважені та розумні рішення щодо рентабельності та конкурентоспроможності бізнесу.

Розділ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРИКЛАДІ УПРАВЛІНСЬКОЇ СКЛАДОВОЇ КОМПАНІЇ «DECATHLON»

2.1 Загальна характеристика компанії Decathlon та її управлінська структура

Decathlon – це французька компанія, створена поблизу Лілля у місті Енглос на півночі Франції у липні 1976 року. Це один з найбільших ритейлерів спортивних товарів у Європі, де працює більше, ніж 100 тисяч працівників по всьому світу. Від моменту заснування і до тепер компанія дотримується своєї місії «Зробити спорт доступним для кожного».

Decathlon – це компанія, яка в універсальному масштабі має на меті розробляти продукцію, розвивати послуги, розширювати можливості співробітників і удосконалювати власні приміщення таким чином, щоб впроваджувати та ділитися перевагами бізнесу для отримання всього найкращого від спорту [18].

Станом на 2021 рік магазини компанії Decathlon відкриті у 65 країнах світу (у Європі, Азії, Америці та Австралії). В Україні відкриття першого магазину площею 2500 кв. м. відбулось 23 березня 2019 року.

Decathlon є великим дестиб'ютором спортивних товарів завдяки інноваціям, як у дизайні, так у технології виготовлення. Інновації для компанії – це пристосування до потреб клієнтів після спостереження за їхньою практикою у спортивній діяльності. Завдяки інноваціям, мотивованій, талановитій команді і фінансовому капіталу досягається перетворення потреб у готовий продукт [18].

Decathlon спеціалізується на виробництві та роздрібній торгівлі товарів для більш, ніж вісімдесяти видів спорту. Спочатку у Decathlon продавалися

товари інших компаній, а у 1996 році були створені перші власні бренди Tribord та Quechua. Сьогодні їх кількість є у десятки разів більшою (Рис. 2.1).

| ВЛАСНІ СПОРТИВНІ БРЕНДИ КОМПАНІЇ | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| DECATHLON | | | |
| ALLSIX волейбол | APTONIA тріатлон | ARTENGO теніс | ATORKA гандбол |
| AXELYS фігурне катання | B'TWIN велоспорт | CANAVERAL дартс | CAPERLAN риболовля |
| CHAIYO сепак такро | COPAYA пляжний волейбол | DOMYOS кардіо-фітнес | DREAMCAPE сноуборд |
| ELOPS міські велосипеди | EVADICT трейл | FENCIT фехтування | FIFTER футбол з 5 сторонами |
| FLX крикет | FORCLAZ трекінг | FOUGANZA верхова їзда | GEOLOGIC орієнтування |
| IMVISO футзал | INOVIK бігові лижі | ITIWIT каяк | KALENJI біг підтюпцем |
| KIPRUN біг по дорозі | KIPSTA футбол | KOODZA петанк | KOROK хокей на траві |
| LUGIK санки | MASKOON каньонік | NABAIJI плавання | NATIMEO піші прогулки |
| NEWFEEL ходьба | NYAMBA пілатес | OFFLOAD пербі | OLAIAN серфінг |
| OPFEEL сквош | ORAO кайтсерфінг | OROKS хокей | OUTSHOCK бокс |
| OXELO міська мобільність | OXYLANE складні велосипеди | PERFLY бадмінтон | PONGORI настільний теніс |
| QUECHUA піші прогулки | RADBUG бодіборд | RIVERSIDE гібридні велосипеди | ROCKRIDER гірські велосипеди |
| SANDEVER пляжний теніс | SIMOND альпінізм | SOLOGNAC полювання | STAREVER танці |
| TARMAK баскетбол | TRIBAN дорожні велосипеди | URBALL пелота | TRIBORD вітрильний спорт |
| VANRYSEL дорожні велосипеди | WATKO водне поло | WAIKRU тайський бокс | WEDZE катання на лижах |

Рис. 2.1 Власні спортивні бренди компанії Decathlon

Джерело: складено автором на основі [18]

Функціональна структура управління є структурою управління компанії Decathlon, для якої характерне створення структурних підрозділів зі своїми визначеними завданнями та обов'язками. Така структура управління допомагає компанії виконувати бізнес-задачі спільно з різними підрозділами для найкращої результативності у роботі.

Decathlon удосконалив та підлаштував під себе функціональну структуру управління, зробивши її унікальною. Працівникам пропонується створити свої власні проекти і розвивати їх, тобто бути авторами і виконавцями у своїй професійній діяльності. Кожен член команди в залежності від своїх особистих навичок займається своїм проектом, який націлений на збільшення ефективності компанії [18].

Для успіху проекту потрібні навички інших людей. Сплав навичок веде до багаторазового збільшення потенціалу (потенціалу діяльності, потенціалу до самореалізації, потенціалу обміну та потенціалу допомагати і приймати допомогу). Таким чином, кожен є лідером, відповідальним за інновації та інтеграції у компанії [18].

Управлінська структура компанії Decathlon поділяється на:

- Business Unit Leaders – керівники бізнес-підрозділів, головна задача яких правильно працювати з інформацією, зберігати, передавати і аналізувати її, розуміти проблеми бізнесу і мати дані про фактичну ситуацію в компанії (інформація – є інструментом роботи для керівника). Знаючи слабкі сторони компанії, можна налагодити роботу так, щоб їх ставало якомога менше. Знаючи сильні сторони компанії, можна їх примножувати, роблячи бізнес ще більш ефективним.
- Marketing & Communication Department – відділ маркетингу та комунікації, що аналізує споживчий ринок, проектує стратегію просування товарів серед покупців, веде комунікацію з покупцями через різні канали комунікації та реалізує рекламні та PR-кампанії.

- Digital Department – це відділ, що відповідає за просування сайту через контекстну рекламу або ж через SEO (оптимізацію текстів та ключових слів на сайті), аналізує онлайн-продажі, відповідає за впровадження веб-дизайну на сайті та за електронну комерцію.
- Sport Leaders – спорт лідери, що відслідковують актуальні види спорту, аналізують поведінку споживачів та їхню схильність купувати конкретні товари, допомагають виділити елементи, що найбільше користуються попитом і усунути ті, то навпаки нікого не цікавлять.
- Store Department – відділ, що відповідає за продажі у магазині, надання послуг та допомогу покупцям при здійсненні покупок.
- Finance, HR, Legal & IT Department – відповідальні за фінансову складову бізнесу (проведення фінансових операцій та управління капіталом), найм працівників (пошук спеціалістів, мотивування та оцінювання працівників), юридичну сторону (складання юридичних документів, перевірка правильності договорів та усунення юридичних загроз для компанії) та сферу інформаційних технологій (робота з операційними системами, інтерфейсами й мережами).
- Supply & Log & BtoB Department – відповідальні за постачання, усунення затримок та роботу з юридичними лицами (продаж корпоративним клієнтам або ж іншим компаніям товари чи послуги Decathlon на взаємовигідних умовах).
- Production Department – відповідальні за виробництво, технологію та якість товарів, впровадження інновацій, розробку дизайну товарів, а також їх перевірку на надійність та міцність під час заняттям спортом чи активної діяльності [17].

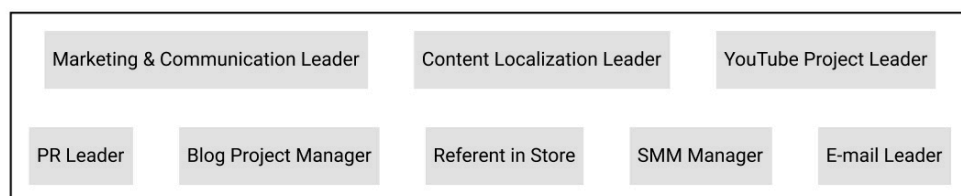
Окрім поділу на структурні відділи в компанії Decathlon є поділ на онлайн- та офлайн-відділи. Схематично управлінська структура компанії Decathlon, що складається з онлайн-відділів представлена нижче (Рис. 2.2).

УПРАВЛІНСЬКА СТРУКТУРА КОМПАНІЇ DECATHLON

1 BUSINESS UNIT LEADERS



2 MARKETING & COMMUNICATION DEPARTMENT



3 DIGITAL DEPARTMENT



4 SPORT LEADERS



Рис. 2.2 Управлінська структура онлайн-відділів компанії Decathlon

Джерело: складено автором на основі [17]

Дане нововведення щодо поділу відділів на онлайн та офлайн прийшло через карантинні обмеження, викликані COVID-19. Це означає, що працівники, які не прив'язані до місця роботи і можуть працювати дистанційно, в праві виконувати свої робочі обов'язки з дому або з будь-якого іншого зручного для них місця. У їхньому розпорядженні є робочий ноутбук, який надається на час роботи в компанії. До онлайн-відділів належать:

- Management Department;
- Marketing & Communication Department;
- Digital Department & IT-Department;
- Sport Leaders Department.

Відповідно працівники, які прив'язані до місця роботи і можуть виконувати свої професійні обов'язки лише з офісу компанії або з магазинів належать до офлайн-відділів (до них також належать працівники, які можуть поєднувати роботу онлайн та офлайн, але в загальному повинні бути присутніми в магазинах або ж в офісі). До офлайн-відділів належать:

- Store Department;
- Finance Department;
- HR-Department;
- Legal Department & IT-Department;
- Supply & Log Department;
- B2B Department;
- Production Department.

Під час карантинних обмежень, коли усі магазини Decathlon бути зачинені, а офлайн-працівники по суті залишились без своїх робочих обов'язків, компанія виділила кошти на підвищення кваліфікаційних навичок своїх працівників. Це означає, що одні відділи вчать інші, тим самим полегшуючи роботу перших і даючи завдання другим (наприклад, digital-спеціалісти вчать працівників з store department розбиратися у web-merchandizing, робити лендінги, добавляти необхідні товари на сайт, відслідковувати показники конверсії тощо).

Схематично управлінська структура компанії Decathlon, що складається з офлайн-відділів представлена нижче (Рис. 2.3).

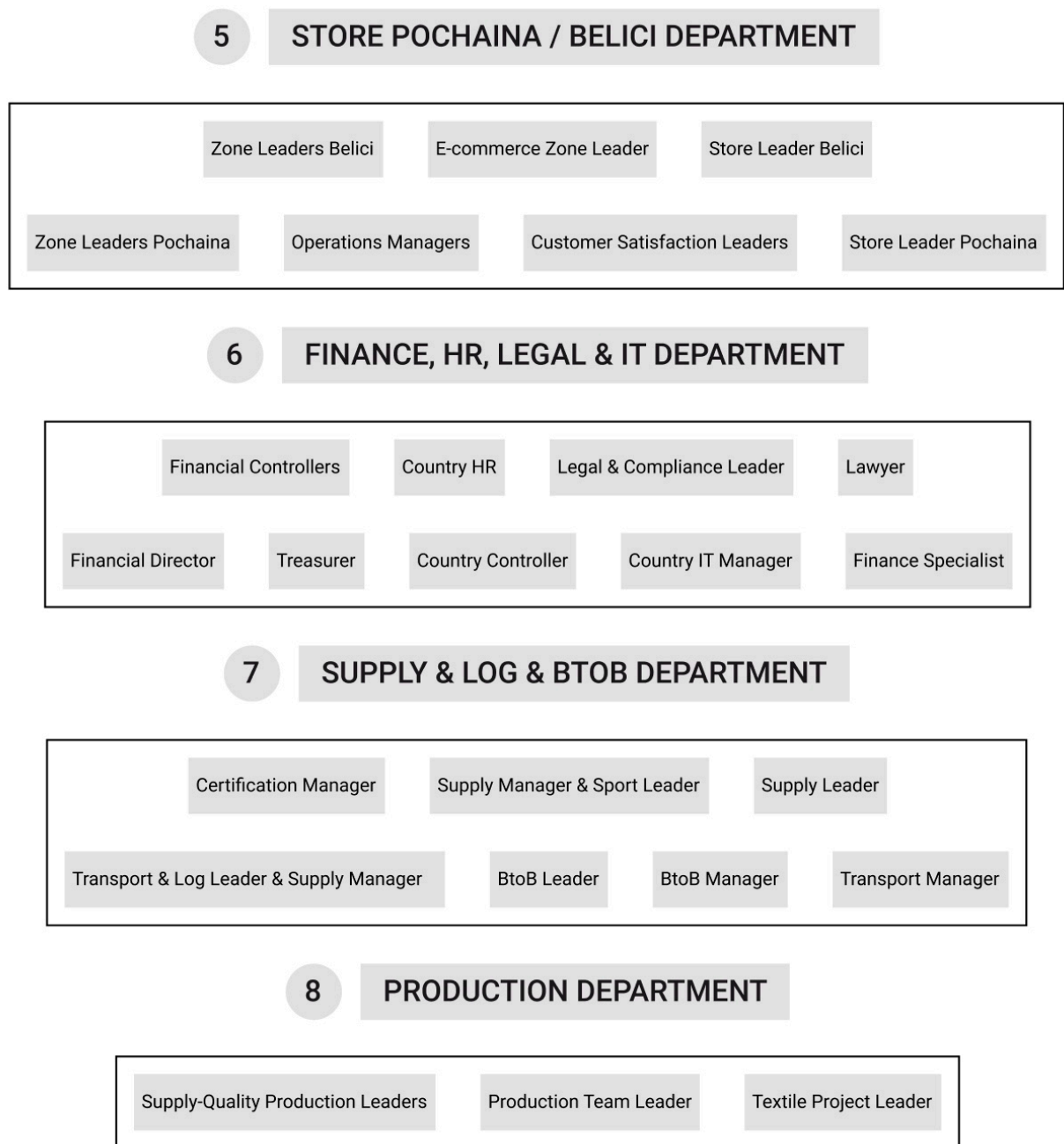


Рис. 2.3 Управлінська структура офлайн-відділів компанії Decathlon

Джерело: складено автором на основі [17]

Отже, як видно зі схем вище, структура компанії розділена на відповідні підрозділи зі своїми чітко визначеними завданнями та обов'язками. За кожним підрозділом закріплений керівник, який слідкує за вчасним та правильним

виконанням робочого процесу спеціалістів. А останні є виконавцями своїх власних проектів і відповідальними за збільшення ефективності компанії.

Для того, щоб бути прибутковим та конкурентоспроможним бізнесом серед сотні альтернативних треба знати свої сильні і слабкі сторони, можливості та загрози (Рис. 2.4).

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--|---|
| Продукція для 70-ти видів спорту Нижчі ціни, ніж у конкурентів Широкий асортимент продукції Європейські стандарти якості Високий рівень сервісу Продукція Made in Ukraine | Мала обізнаність на ринку України Багато конкурентів Повільне завантаження сайту |
| Можливості | Загрози |
| Відкриття у різних містах України Статус найпопулярнішого ритейлера спортивних товарів в Україні Місце роботи для сотні людей Привернення міжнародних інвесторів | Перевага конкурентів на ринку Нестабільна економічна ситуація в країні Накладення санкцій |

Рис. 2.4 SWOT-аналіз компанії Decathlon

Джерело: складено автором на основі [18]

Прийняття рішень відбувається спільно з декількома підрозділами, де кожен працівник може висказати свою думку, обґрунтовано пояснену певними знаннями чи фактами (наприклад, Web-Merchandized керується аналітикою продажів на сайті завдяки використання таких інформаційних технологій, як Google Analytics і Algolia). Більше того, перед зустріччю з декількома підрозділами відбувається зустріч з працівниками одного конкретного відділу, де вони готуються до спільного мітингу, розповідаючи керівнику про результат

свої роботи або ж про свої думки, зауваження чи пропозиції. Така старання підготовка допомагає швидко та якісно вирішити проблеми компанії.

2.2 Аналіз використання інформаційних систем та інформаційних технологій управління компанією Decathlon

Команда Decathlon у своїй професійній діяльності використовує десятки різних інформаційних систем та інформаційних технологій, що полегшують і пришвидшують такі процеси, як спостереження, вимірювання, порівняння, зберігання, опрацювання, планування, спілкування, оцінювання тощо. Завдяки комп'ютерним програмам з'явилася можливість працювати дистанційно, спілкуватись з колегами чи партнерами з усього світу, сидячи в офісі чи у себе вдома, відслідковувати веб-аналітику та статистику на сайті в дуже короткий термін, бачити фактичну ситуацію з поставкою товарів по карті, мати онлайн-доступ до бази даних, назначати зустрічі з колегами і обговорювати задачі в той момент, коли це необхідно та багато іншого. Наведу приклади інформаційних систем і технологій, що найчастіше використовуються Decathlon для збільшення ефективності управління компанією:

- Для планування проектів/задач та відслідковування прогресу – Jira Software і Trello;
- Для проведення запланованих бізнес-зустрічей в режимі онлайн – Google Meet;
- Для комунікації між працівниками – G-mail, Google Calendar і WhatsApp;
- Для аналізу обсягів продажів – Google Data Studio, Google Analytics і Google Sheets.

Jira Software

Процес програмного забезпечення в компаніях, які активно використовують інформаційні системи та інформаційні технології ведеться в

органайзерах таких, як Jira Software. Це інструмент, який дозволяє менеджерам вести облік всього того, що відбувається в компанії, починаючи з розробки задач, написання багів, написання кейсів, планування та впровадження проектів тощо. Jira Software – це інформаційна система, що націлена на управління всіма процесами в компанії, і за допомогою якої можна розрахувати кількість задач, яку виконує команда в цілому для бізнесу [19].

Кожен член команди Decathlon працює в спринтах. Спринт – це певний проміжок часу (в середньому 2-3 тижні), в якому має бути виконана конкретна кількість задач. Перед початком спринту команда організовує всі свої ідеї і цілі, які вони хочуть здійснити в backlog (упорядкований набір елементів, задач та функцій, що планується бути виконаний в майбутньому). Протягом 2-3 тижнів спринту працівники мають завершити свої проекти, і на момент планування наступного спринту підготувати нові задачі або ж продовжувати працювати над тими, які не встигли зробити на попередньому спринті. Увесь процес планування, роботи, контролю і комунікації щодо проектів відбувається в Jira Software.

Серед переваг Jira Software можна виділити:

- Контроль проміжних / кінцевих термінів і відхилень проектів;
- Пошук причин відхилень, раннє виявлення ризиків;
- Закріплення відповідальності або ж позбавлення відповідальності за проект;
- Контроль дисципліни виконання завдань і доручень;
- Ефективна комунікація учасників проекту [19].

Наглядно структура управління проектами компанії Decathlon за допомогою Jira Software представлена у (Додатку В).

Завдяки даній інформаційній системі менеджери Decathlon можуть управляти термінами виконання задач, надавати доручення над проектами чи портфелями, вести управлінську звітність, бачити проблеми, з якими стикаються працівники під час роботи, бачити облік результатів, працювати з

ключовими показниками ефективності, організовувати ІТ-виробництво, вести фінансове планування та звітність, а також управляти процесами.

Отже, Jira Software є необхідним помічником для Decathlon, завдяки якому здійснюють десятки задач щодо збільшення ефективності управління компанією.

Trello

Trello – це інформаційна система управління проектами, за допомогою якої здійснюється планування та виконання практично будь-яких задач в компанії (від організації особистих справ до управління продуктами або колективом). Використовувати Trello можна, як самотійно, так і спільно з командою [20].

Decathlon використовує, як Jira Software, так і Trello. Ці програми мають схожий функціонал, але відрізняються своїми інтерфейсами. В Trello все побудоване на дошках, списках і карточках. Під кожен проект можна створити окрему дошку, поділити її на декілька колонок, наприклад, з етапами роботи, а далі наповнити їх карточками, кожна з яких буде окремою задачею. Тобто один великий проект або ж задачу можна розбити на декілька маленьких для того, щоб було легше їх виконувати, слідкувати за ходом роботи і подальшим плануванням.

Trello допомагає автоматизувати бізнес-процеси і пришвидшити потік професійних проектів завдяки дистанційному контролю, організації і перевірці задач менеджерами Decathlon. А в поєднанні з інформаційною системою Jira Software зробити процес виконання цілей компанії набагато прогресивнішим та результативнішим.

Google Meet

Google Meet – це інформаційна технологія і сервіс відеотелефонного зв'язку, який дозволяє організовувати онлайн-конференції, відеозустрічі та інші варіанти комунікації [21].

Через пандемію COVID-19 працівники Decathlon (хто мав таку можливість виконувати свою професійну діяльність поза офісом чи магазином) почали працювати дистанційно. Більша частина зустрічей, які раніше відбувались оффлайн перенесли в онлайн-режим. Тоді й постало питання про використання сервісу відеотелефонної комунікації для продовження введення робочого процесу в компанії. І Google Meet став цим сервісом.

Переваги Google Meet:

- Безкоштовний сервіс;
- Можливість присутності на конференції до 100 людей;
- Легкість та зручність використання;
- Захист даних і збереження конфіденційності;
- Можливість приєднання з Google Calendar;
- Можливість вести чи слухати конференцію з різних девайсів;
- Можливість приєднатися до відеозустрічей із будь-яких переговорних кімнат або конференц-залів [21].

Структура проведення бізнес-зустрічі компанії Decathlon за допомогою програми Google Meet представлена в (Додатку Г).

Програма Google Meet є чудовим рішенням для такої великої компанії, як Decathlon, оскільки повна інтеграція із Google Workplace дає змогу приєднатися з Google Calendar або із G-mail запрошень. Секретна інформація компанії знаходиться під захистом. Брати участь у конференції одночасно та безкоштовно може величезна команда, що є вагомим плюсом для компанії.

G-mail

G-mail – це електронна пошта, що є однією з найбільш ефективних та надійних сервісів серед альтернативних інформаційних систем. G-mail є невід’ємною складовою для успішної роботи та онлайн-комунікації її мільйонної аудиторії користувачів. Завдяки даному сервісу можна надсилати та отримувати електронні листи, налаштувати підпис та автовідповідач,

зробити розсилку електронних листів, підключити до системи свої інші аккаунти, налаштувати сортування листів, надавати листам певний статус (із зірочкою, відкладені, важливі, заплановані, спам) тощо [22].

Структуру комунікації між digital-відділом компанії Decathlon за допомогою використання інформаційної системи G-mail представлено в (Додатку Г).

Компанія Decathlon використовує G-mail як засіб комунікації працівників різних відділів та Decathlon Business Units. Також завдяки цій системі здійснюється комунікація з партнерами, постачальниками, інвесторами, акціонерами, членами B2B та клієнтами компанії.

Google Calendar

Google Calendar – це електронний календар, що є одним з найбільш популярних сервісів щодо тайм-менеджменту серед аналогічних інформаційних систем, як Microsoft Outlook чи iCal. Використовується для планування робочого процесу, навчання, тренування тощо. Google Calendar допомагає систематизувати, як особистий, так і командний час, ставлячи конкретні дати та терміни для вирішення задач [23].

Уся команда Decathlon вносить свої плани на день, тиждень чи місяць в Google Calendar. Це допомагає не лише правильно організовувати свій робочий процес, але й дає можливість, як керівнику, так і усім працівникам відділу бачити зайнятість своїх колег, назначати час для зустрічей і давати їм додаткові завдання, якщо є така можливість. Програма полегшує співпрацю через обмін розкладами між групами людей.

WhatsApp

WhatsApp – це один з найбільш популярних месенджерів у світі, за допомогою якого здійснюється обмін текстовими повідомленнями, зображеннями, відео- та аудіоконтентом. На відміну від електронної пошти G-mail WhatsApp характеризується неформальним характером комунікації,

більшою швидкістю взаємодії двох або більше осіб та можливістю записувати відео- та аудіоповідомлення [24].

Компанія Decathlon використовує WhatsApp як месенджер для зручного способу спілкування між працівниками, розсилки новин для команди та інформування про важливі події чи досягнення.

Google Sheets

Google Sheets – це табличний процесор, що є аналогом Microsoft Excel. Використовується для роботи з даними, аналізу та прогнозування результатів [26].

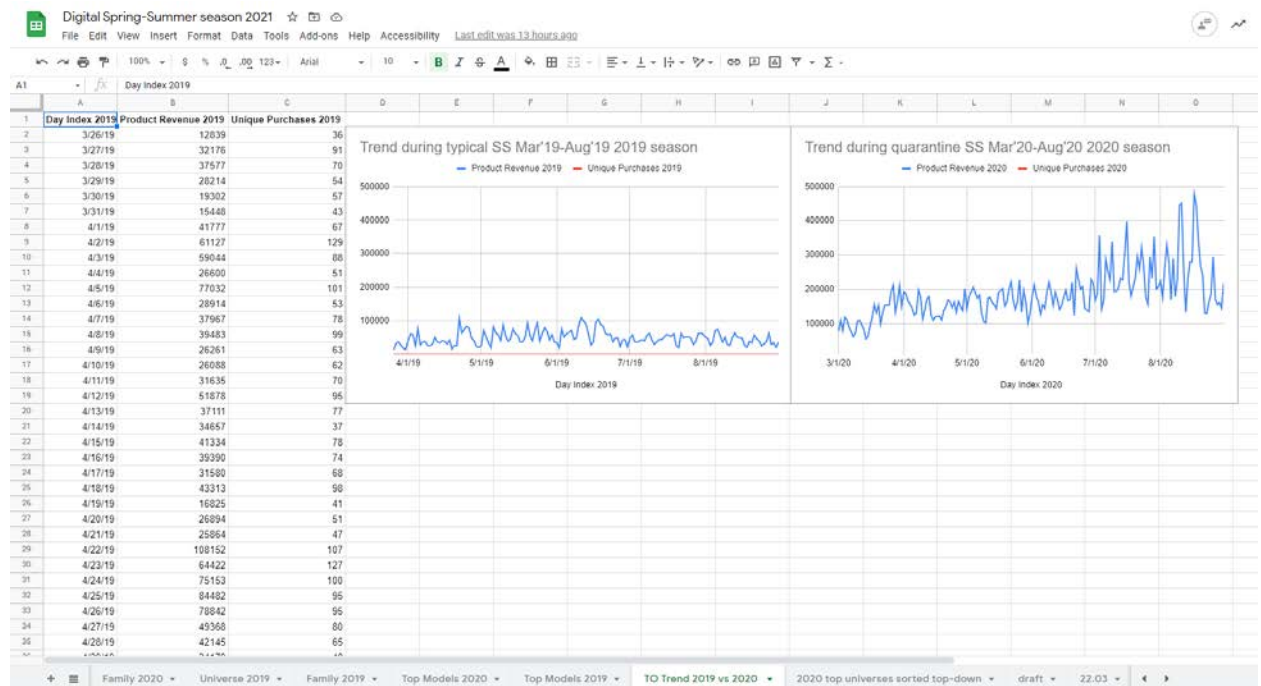


Рис. 2.5 Аналіз обсягів продажів компанії Decathlon за допомогою використання серверу Google Sheets

Джерело: складено автором на основі [26]

Серед переваг Google Sheets є:

- Безкоштовний онлайн-сервіс;
- Можливість реалізації спільної роботи;
- Автоматичне збереження змін;

- Представлена історія взаємодії з програмою;
- Налаштування автоматичного імпорту даних з різних аналітичних, рекламних, комерційних серверів тощо [26].

Google Data Studio

Google Data Studio – це сервіс для візуалізації даних, імпортованих з різних інформаційних систем таких, як Adwords, Attribution 360, BigQuery, Google Analytics, Google Sheets, YouTube Analytics тощо.

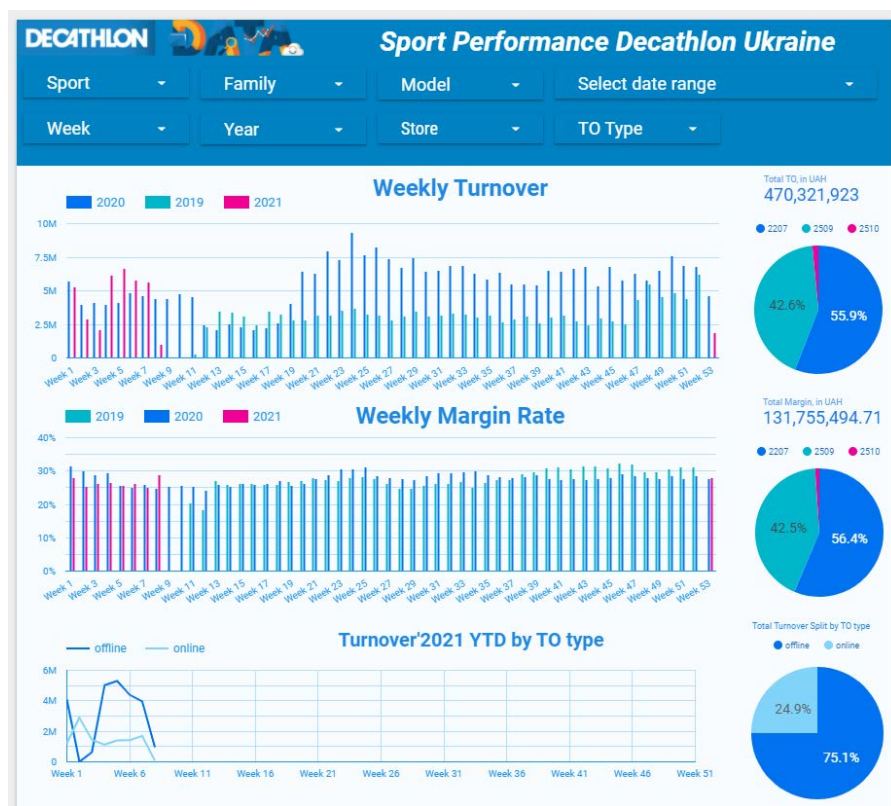


Рис. 2.6 Інтерактивний звіт щодо ефективності бізнесу компанії Decathlon завдяки використанню сервісу Google Data Studio на момент 02.02.2021

Джерело: складено автором на основі [25]

Google Data Studio дозволяє оформлювати дані у діаграми, схеми, графіки, таблиці та слідкувати за змінами у режимі реального часу. Google Data Studio використовується для створення інтерактивної сукупності інформаційного контенту щодо бізнес-середовища компанії [25].

Decathlon використовує сервіс Google Data Studio для того, щоб отримати цілісну картинку по всіх бізнес-проектах з ціллю прийняття правильних управлінських рішень.

Отже, Decathlon активно використовує десятки інформаційних систем та інформаційних технологій для збільшення ефективності управлінської діяльності компанії завдяки тому, що штучний інтелект дозволяє візуалізувати звіти щодо реальної ситуації в бізнесі, месенджери спрощують та пришвидшують комунікацію між працівниками та керівниками, а інформаційні системи для планування робочого процесу дають можливість систематизувати задачі та час на їх виконання. Таким чином прийняття рішень базується на фактичних даних, імпортованих в інтерактивні таблиці, схеми чи діаграми, а місцем вирішення проблем може стати будь-яка точка розташування, що має доступ до Інтернету.

2.3 Аналіз обсягів продажу компанії Decathlon завдяки використанню інформаційних системи Google Sheets, Google Analytics, Google Data Studio

Усі важливі управлінські рішення базуються на фактах, прогнозах чи висновках щодо правильної чи неправильної стратегії діяльності компанії. Із впровадженням інформаційних систем та інформаційних технологій майже в усі бізнес-процеси, Decathlon значно удосконалив структуру прийняття рішень, оскільки жоден працівник не може змоделювати сукупність даних з такою швидкістю, точністю, достовірністю та надійністю, як штучний інтелект.

Одним з найбільш ключових показників ефективності управління компанією та прийняття правильних рішень є обсяг продажів та рентабельність виробництва. Основуючись лише на фінансових показниках, можна вже зробити десятки висновків щодо бізнес-діяльності. Саме тому

фокус на їхній аналіз є вкрай важливий для конкурентоспроможності компанії на ринку.

Розглянемо, які інформаційні системи компанія Decathlon використовує для візуалізації даних щодо обсягів продажів за визначений період.

Google Sheets

Google Sheets використовується усією командою Decathlon, тому заповнення даних є надзвичайно важливим процесом. Від того, з якою точністю інформація вноситься у файл залежить продуктивність усієї компанії. Також на основі даних з Google Sheets будуються сотні графіків та діаграм іншими програмами, а працівники Decathlon використовують контент з ціллю зробити внутрішні презентації чи інформаційні лендінги для веб-сайту.

За допомогою табличного процесору Google Sheets команда Decathlon створила 15 файлів із плануванням та фактами по продуктивності онлайн-продажів веб-сайту.

Сюди входять: ключові показники ефективності по місяцям за 2021 рік (заповнюються впродовж усього року); реальна продуктивність калькуляції (денна, тижнева і місячна); прогнозована продуктивність калькуляції на 2021 рік; операційна продуктивність та статистика продажів; підсумок по Google Analytics для основних параметрів веб-сайту; детальна фактична статистика доходів та замовлень за 2020 рік; підсумок KPI за 2020 рік; траєкторія та детальний розрахунок амбіцій щодо продажів 2021 року; короткий зміст траєкторії та амбіцій 2021 року; щоденні та щомісячні тенденції, що використовуються для планування та підвищення продуктивності персоналу магазинів; детальна статистика, завантажена з GA, яка є основою для створення тенденцій каналів; визначений товарообіг; щоденні тенденції замовлень за днями (використовуються для щоденних тенденцій у 2021 році); сезонність товарообігу 2020; сезонність товарообігу 2019 (Рис. 2.7).

| № | Sheet | Presented data |
|----|--|---|
| 1 | 2021 MONTHLY dashboard | Summary for 2021 KPIs |
| 2 | DayDay 2021 | Detailed forecast calculation by day, realistic |
| 3 | DayDay 2021 *Tr | Detailed forecast calculation by day, to get to Trajectory 2021 |
| 4 | DAILY PERFORMANCE | Operational performance and statistics |
| 5 | Channels trends | Summary from Google Analytics for the key web-site parameters |
| 6 | DayDay 2020 | Detailed actual revenue and orders statistics for 2020 |
| 7 | 2020 MONTHLY dashboard | Summary for 2020 KPIs |
| 8 | Traj&Amb 2021 | Trajectory and Ambition detailed calculation 2021 |
| 9 | T&A summary | Summary of the Trajectory and Ambition 2021 |
| 10 | For Stores | Daily and monthly trends used for the Stores staff planning and productivity KPIs |
| 11 | GA traffic data | Detailed statistics downloaded from GA, basis for the Channels trends sheet |
| 12 | TO reco | Recognized TO reconciliation: Portmone, CoD, transit, returns&cancellations |
| 13 | Daily trends 2020 | Daily orders trends by days of the week (used for weekly trends in 2021) |
| 14 | Seasonality 2020 | Seasonality for other Decathlon Ukraine |
| 15 | Seasonality 2019 | Seasonality for other Decathlon countries and Ukraine |

Рис. 2.7 Google Sheets файл з плануванням та фактами по продуктивності онлайн-продажів веб-сайту Decathlon на 2021 рік

Джерело: складено автором на основі [18]

Фінансові показники є одними з найбільш важливих для опрацювання при прийнятті управлінських рішень, оскільки ціль будь-якого бізнесу – це максимізація доходу при мінімізації ризиків. Фінансові показники є наслідком ефективної чи неефективної діяльності компанії на усіх рівнях. Наприклад, якщо сайт не буде адаптований під мобільну версію, цільова аудиторія, що використовує саме цей девайс для пошуку необхідної інформації, не зможе взаємодіяти з інтерфейсом, і тим більше не зможе здійснити онлайн-покупку. Це призведе до втрати доходів, зниження репутації, до ризику того, що частина цільової аудиторії більше не буде користуватися послугами компанії.

Файл із показниками ефективності продажів за 2021 рік заповнюється кожен день (наприклад, якщо на календарі 02.02.2021, то зранку цього дня працівник вносить дані щодо об'єму продажів за 01.02.2021). Таким чином, маючи інформацію про комерційну складову бізнесу, команда Decathlon може приймати зважені рішення, аналізуючи заповнену таблицю, до якої входять: число тижня, день, число місяця, дата, товарообіг, відсоток продажів від дня в місяці, траєкторний ТО, амбіційний ТО, число покупців, конверсія, число проданих товарів, число проданих товарів на одну людину, ТО по доставці, ТО

по доставці на одну людину, середня ціна товару, середня ціна товару на одну людину, маржинальний прибуток тощо.

Таблиця 2.1

Щоденний об'єм продажів компанії Decathlon за січень 2021 р.

| Week | Day | Month | Date | TO | % of Date in Month | TO Trajectory | TO Ambition | Pilot vs Ambition | # of Orders | Vs 2020 | Delivery TO |
|------|-----|-------|-----------|---------|--------------------|---------------|-------------|-------------------|-------------|---------|-------------|
| 1 | Fri | 1 | 1/1/2021 | 0 | 0,00% | 175,448 | 228,846 | 175,448 | 0 | 0% | 0 |
| 1 | Sat | 1 | 2/1/2021 | 22,002 | 0,30% | 143,079 | 186,625 | 121,077 | 289 | 236% | -760 |
| 2 | Sun | 1 | 3/1/2021 | 118,348 | 1,70% | 142,373 | 185,704 | 24,025 | 187 | 95% | 680 |
| 2 | Mon | 1 | 4/1/2021 | 174,802 | 2,50% | 161,968 | 211,262 | 12,834 | 191 | 112% | 900 |
| 2 | Tue | 1 | 5/1/2021 | 211,72 | 3,00% | 187,262 | 244,254 | 24,458 | 209 | 132% | 810 |
| 2 | Wed | 1 | 6/1/2021 | 149,606 | 2,20% | 173,801 | 226,696 | 4,115 | 154 | 15% | 1520 |
| 2 | Thu | 1 | 7/1/2021 | 163,878 | 2,40% | 167,993 | 219,121 | 55,478 | 233 | 145% | 1300 |
| 2 | Fri | 1 | 8/1/2021 | 230,926 | 3,30% | 175,448 | 228,846 | 10,668 | 229 | 120% | 1460 |
| 3 | Sat | 1 | 9/1/2021 | 153,747 | 2,20% | 143,079 | 186,625 | 86,382 | 154 | 239% | -10 |
| 3 | Sun | 1 | 10/1/2021 | 228,755 | 3,30% | 142,373 | 185,704 | 230,564 | 233 | 339% | 1120 |
| 3 | Mon | 1 | 11/1/2021 | 392,532 | 5,60% | 161,968 | 211,262 | 213,271 | 229 | 365% | 1710 |
| 3 | Tue | 1 | 12/1/2021 | 400,533 | 5,80% | 187,262 | 244,254 | 103,706 | 305 | 346% | 2380 |
| 3 | Wed | 1 | 13/1/2021 | 277,507 | 4,00% | 173,801 | 226,696 | 261,652 | 290 | 147% | 1010 |
| 3 | Thu | 1 | 14/1/2021 | 429,645 | 6,20% | 167,993 | 219,121 | 167,395 | 409 | 531% | 2950 |
| 3 | Fri | 1 | 15/1/2021 | 342,843 | 4,90% | 175,448 | 228,846 | 274,424 | 464 | 345% | 1880 |
| 3 | Sat | 1 | 16/1/2021 | 417,503 | 6,00% | 143,079 | 186,625 | 151,793 | 286 | 629% | 1730 |
| 4 | Sun | 1 | 17/1/2021 | 294,166 | 4,20% | 142,373 | 185,704 | 274,498 | 543 | 505% | 1090 |

Джерело: фінансова звітність компанії Decathlon за 2021 рік

Варто розуміти, що фінансові показники варто розділяти на відповідні сегментні блоки. Це пришвидшить аналіз ефективності бізнесу, оскільки одразу можна буде побачити явну нестиківку чи прогалину у показниках. Інформаційними системами та інформаційними технологіями допоможуть проілюструвати ці дані через побудову інтерактивних схем, графіків і діаграм.

Далі представлений файл, який розбивається по видам спорту, і для кожного з них вказана сукупність обсягу продажів. Така таблиця демонструє перевагу одного чи декількох видів спорту над іншими залежно від сезону чи навколишнього середовища (наприклад, зимою найбільш популярними видами спорту є сноубординг, лижний спорт, фігурне катання, йога та кардіо-фітнес, літом – біг, плавання, бадмінтон, волейбол, баскетбол та велоспорт). Відповідно і дохід від продажу екіпірування для сезонних видів спорту є більшим. Прийняття правильних для компанії рішень без наступного файлу неможливе.

Таблиця 2.2

Обсяги продажу компанії Decathlon по видам спорту за січень 2021 р.

| Sport | TO 2020 | Share 2020 | Ambition 2021 | Trajectory 2021 | Fact 2021 | Plan/Fact % |
|-----------------|---------|------------|---------------|-----------------|-----------|-------------|
| ARCHERY | 4,399 | 0,23% | 10,485 | 8,039 | 2,878 | 27% |
| ATHLETICS | 15,329 | 0,79% | 36,538 | 28,013 | 17,899 | 49% |
| BADMINTON | 3,785 | 0,19% | 9,022 | 6,917 | 30,448 | 337% |
| BASKETBALL | 35,09 | 1,81% | 83,641 | 64,125 | 12,89 | 105% |
| BIKE SPARE PART | 1,624 | 0,08% | 3,871 | 2,968 | 57,466 | 333% |
| BOAT SAILING | 10,19 | 0,52% | 24,289 | 18,622 | 29,957 | 237% |
| BOXING | 18,305 | 0,94% | 43,632 | 33,451 | 158,786 | 69% |
| CANOE KAYAK | 0 | 0% | 0 | 0 | 48,558 | |
| CITY CYCLING | 670 | 0,03% | 1,597 | 1,224 | 43,205 | 3041% |
| CLIMBING | 8,757 | 0,45% | 20,873 | 16,003 | 141,684 | 207% |
| CROSS TRAINING | 47,477 | 2,44% | 113,167 | 86,761 | 6,932 | 125% |
| DANCES | 1,8 | 0,09% | 4,29 | 3,286 | 17,351 | 162% |
| DARTS | 1,09 | 0,06% | 2,598 | 1,992 | 24,309 | 668% |
| FISHING | 7,938 | 0,41% | 2,598 | 14,504 | 276,884 | 128% |
| FITNESS | 60,53 | 3,12% | 18,921 | 110,614 | 277,096 | 192% |
| FLOORBALL | 0 | 0% | 0 | 0 | 369 | |
| FLYING DISK | 0 | 0% | 0 | 0 | 676 | 114% |
| FOOTBALL | 89,956 | 4,63% | 214,42 | 164,388 | 244,356 | 271% |
| FREERIDE SKIING | 59,095 | 3,04% | 140,859 | 107,992 | 381,631 | 31% |

Джерело: фінансова звітність компанії Decathlon за 2021 рік

Google Analytics

Команда Decathlon використовує аналітичний сервіс Google Analytics для оптимізації онлайн та офлайн бізнес-процесів в компанії.

Google Analytics – це аналітичний сервіс для оптимізації веб-сайтів і мобільних додатків, введення статистики та індексування. За допомогою цієї програми можна дізнатися всю інформацію про об'єми продажів, конверсію на сайті, ефективність рекламної кампанії і комунікації, поведінку клієнтів та середній час їхнього передування на сайті, активність клієнтів, ефективність платної реклами, девайси, з яких клієнти заходять на сайт та багато іншого (Рис. 2.8).

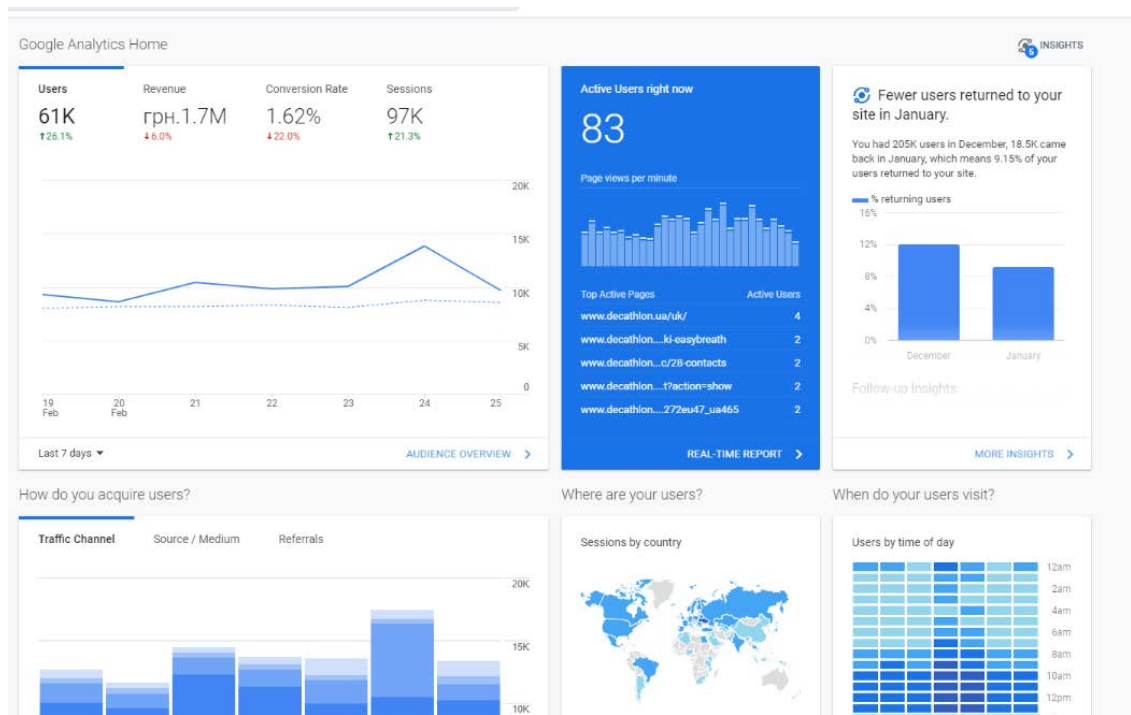


Рис. 2.8 Аналіз об'єму продажів веб-сайту компанії Decathlon завдяки Google Analytics за лютий 2021 року

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності компанії Decathlon

Для того, щоб знати, який канал приносить найбільший прибуток чи приводить найбільшу кількість клієнтів працівники Decathlon аналізують відповідні дані також за допомогою Google Analytics.

Такі діаграми часто використовують працівники Decathlon, коли роблять презентації для команди. Переважно це відбувається на колективних онлайн-чи офлайн-зустрічах, де керівництво разом з підлеглими вирішують важливі питання щодо ефективності бізнес-діяльності компанії, результативність фінансових показників, продуктивність роботи команди або ж усе разом. Згруповані дані програмою Google Analytics чудово ілюструють реальну ситуацію і тому приймати рішення на основі таких показників дуже зручно.

На (Рис. 2.9) можна побачити кругову діаграму топ-каналів і процент клієнтської взаємодії з ними, криву щоденної кількості користувачів на сайті, криву щодо відсотку щоденної конверсії на сайті, а також гістограми кількості користувачів, їхню поведінку і конверсію відповідно до кожного каналу.

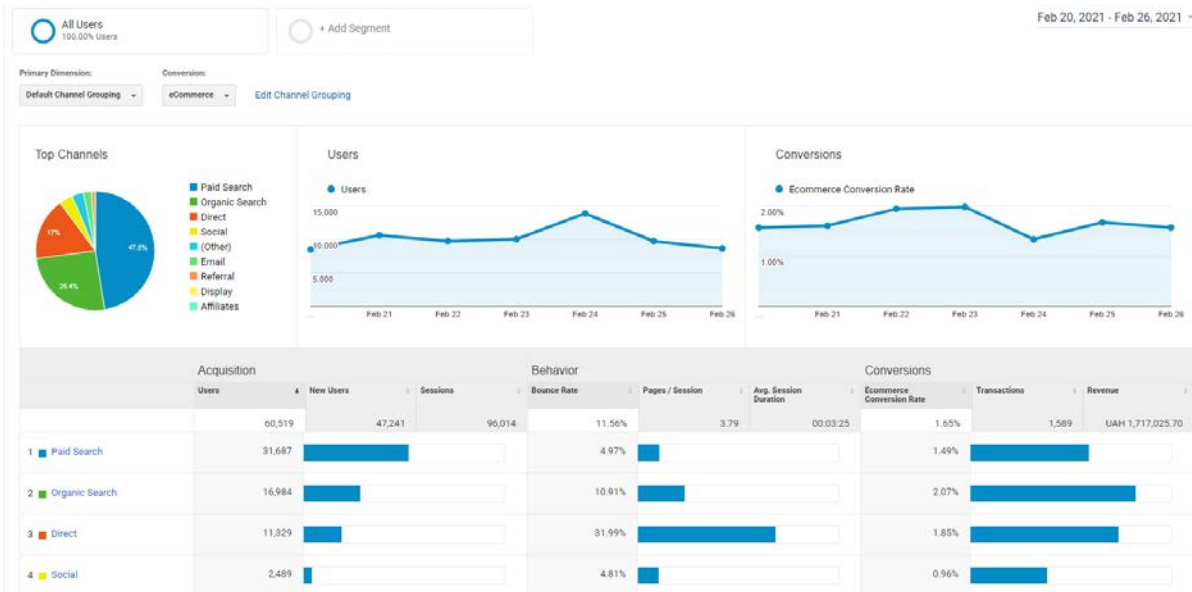


Рис. 2.9 Схема продажів по каналам компанії Decathlon завдяки Google Analytics за 2020 рік

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності компанії Decathlon

Google Data Studio

Використовуючи сервіс Google Data Studio, компанія Decathlon візуалізує дані, імпортовані з таких інформаційних систем, як Google Analytics, Redshift, Adwords, Attribution 360 та Google Sheets. На (Рис. 2.10) представлено графік місячних доходів від кожного виду спорту за 2020 рік.

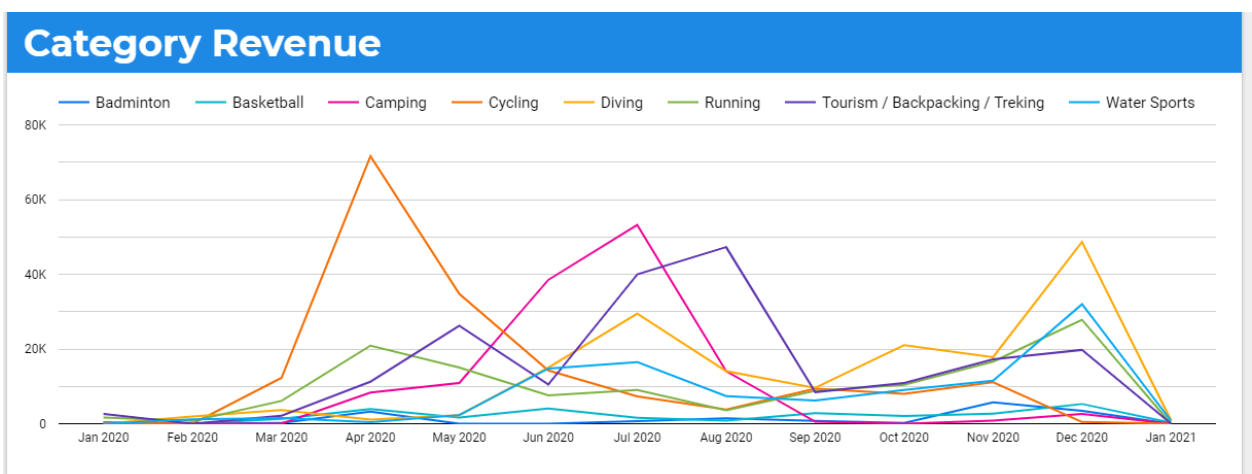


Рис. 2.10 Графік доходів від видів спорту в Google Data Studio за 2020 рік

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності компанії Decathlon

Як видно з рисунка вище, імпортовані дані програма Google Data Studio оформлює в схеми, діаграми і графіки, що полегшує візуальне сприйняття важливої інформації та допомагає акцентувати увагу на ключових аспектах звітного обліку.

Отже, компанія Decathlon використовує такі інформаційні системи, як Google Sheets, Google Analytics та Google Data Studio для систематизації, аналізу та візуалізації обсягу продажів, що є одним з найбільш важливих показників ефективності бізнесу. Завдяки штучному інтелекту дані імпортуються та опрацьовуються швидше, якісніше та достовірніше, ніж тоді, коли б цю процедуру виконували люди. Таким чином прийняття управлінських рішень базується на провірених фактах чи досить точних прогнозах, що в майбутньому позитивно впливає на рентабельність та конкурентоспроможність бізнесу.

Для того, щоб продемонструвати динаміку розвитку використання інформаційних технологій компанією Decathlon, на (Рис. 2.11) зображено об'єм продажів за 2019 і 2021 роки. Показники за 2021 рік значно вищі, ніж за 2019, що логічно, бо:

- Компанія активно росте на українському ринку, так само, як і кількість споживачів спортивних товарів. Результат – підвищення фінансових показників.
- З кожним роком компанія розширює свою команду висококваліфікованих працівників. Результат – більш якісне використання інформаційних технологій з кращою вибіркою щодо кваліфікаційних можливостей.
- Компанія вкладає кошти в digital-розвиток компанії, занотує досвід міжнародних бізнесів та зарубіжних компаній Decathlon по всьому світу. Результат – здобуття міжнародного досвіду з більш актуальними інформаційними системами та інформаційними технологіями для швидкого розвитку digital-середовища.

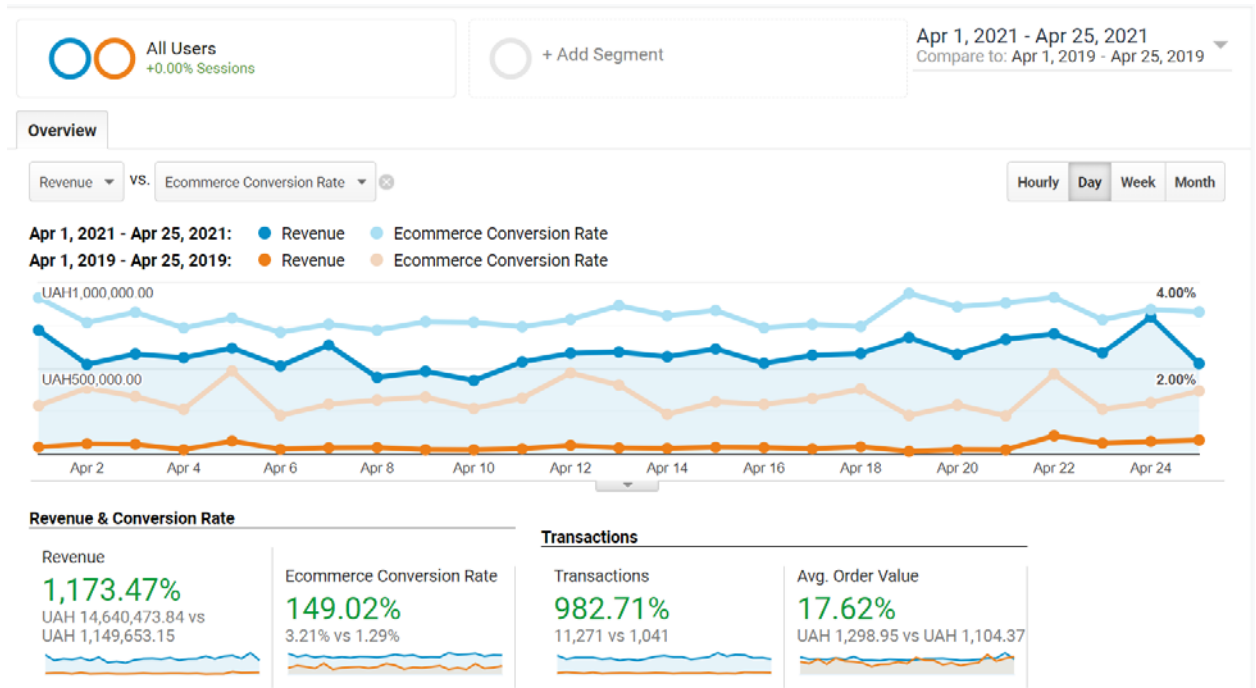


Рис. 2.11 Динаміка розвитку фінансових показників за квітень 2019-го і 2021-го років завдяки використанню інформаційної технології Google Analytics
Джерело: складено автором на основі фінансової звітності компанії Decathlon

Висновок до другого розділу

Decathlon – це французька компанія, що є одним з найбільших ритейлерів спортивних товарів у Європі, де працює більше, ніж 100 тисяч працівників по всьому світу. Компанія спеціалізується на виробництві та роздрібній торгівлі товарів для більш, ніж вісімдесяти видів спорту. Місія Decathlon полягає у тому, щоб зробити спорт доступним для кожного.

Структура компанії розділена на відповідні підрозділи зі своїми чітко визначеними завданнями та обов'язками. За кожним підрозділом закріплений керівник, який слідкує за вчасним та правильним виконанням робочого процесу спеціалістів. А останні є виконавцями своїх власних проектів і відповідальними за збільшення ефективності компанії. Прийняття рішень відбувається спільно з декількома підрозділами, де кожен працівник може висказати свою думку, обґрунтовано пояснену певними знаннями чи фактами.

Decathlon активно використовує десятки інформаційних систем та інформаційних технологій для збільшення ефективності управлінської діяльності компанії завдяки тому, що штучний інтелект дозволяє візуалізувати звіти щодо реальної ситуації в бізнесі, месенджери спрощують та пришвидшують комунікацію між працівниками та керівниками, а інформаційні системи для планування робочого процесу дають можливість систематизувати задачі та час на їх виконання. Таким чином прийняття рішень базується на фактичних даних, імпортованих в інтерактивні таблиці, схеми чи діаграми, а місцем вирішення проблем може стати будь-яка точка розташування, що має доступ до Інтернету. Для систематизації, аналізу та візуалізації обсягу продажів, що є одним з найбільш важливих показників ефективності бізнесу компанія використовує такі інформаційні системи, як Google Sheets, Google Analytics та Google Data Studio.

Розділ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ

3.1 Формулювання рекомендацій щодо оптимізації управлінської складової за допомогою використання інформаційної системи PrestaShop

З кожним роком ІТ-індустрія вдосконалюється, стаючи все більш зручною, надійною та достовірною для роботи з величезним масивом інформаційного контенту. Тому слідкувати за ІТ-тенденціями просто необхідно, якщо компанія хоче ефективно використовувати творчий потенціал своїх працівників без рутинної діяльності, що потребує максимальної концентрації та точності у розрахунках. Більше того, ті інформаційні системи і інформаційні технології, які були актуальними 10 років тому, зараз значно програють новим альтернативним. Наприклад, графічний редактор Adobe Photoshop, що був розроблений у 1990 році, порівняно з іншим графічним редактором Figma 2015-го року випуску є не настільки зручним при створенні макетів та прототипів веб-сайтів та однозначно не з таким рівнем технологічних функцій. Модернізація в ІТ-сфері дає можливість компаніям не лише перекласти ряд обов'язків на штучний інтелект, але й за допомогою комп'ютерних програм прогнозувати і планувати подальші дії для підвищення ефективності бізнесу.

Рекомендаціями для підвищення ефективності управління компанією Decathlon будуть:

- 1) Контроль результативності роботи працівників на технологічному рівні

Однією з основних проблем у відслідковуванні результативності роботи працівників для менеджерів компанії є те, що без використання спеціальних програм неможливо правильно та достовірно порахувати, скільки часу

працівники витрачають на те чи інше завдання або ж на скільки вони залучені в плані концентрації своєї уваги у той чи інший проект (наприклад, менеджер компанії запитує у працівника, скільки часу він витратив на виконання завдання. Той відповідає, що приблизно 5 годин, хоча насправді концентрація його уваги була високою впродовж першої години, потім була 15-хвилинна перерва, робочий дзвінок на пів години і пошуки необхідного файлу для продовження роботи на пошті. 5-годинна задача за думкою працівника скоротилась до 4-годинної, не беручи до уваги те, що впродовж останніх 2 годин його постійно відволікали колеги і зовнішні фактори, як холодна температура в приміщенні, випадково розлитий стакан води на стіл, незручне положення стінки крісла тощо). Вирішенням проблеми могло стати впровадження інформаційної технології, яка автоматично рахує часовий термін роботи працівника у відповідних програмах. Менеджер, що матиме доступ до результатів дослідження зможе правильно налагодити робочу ситуацію і скоригувати певні управлінські рішення з метою підвищення ефективності роботи компанії.

2) Впровадження інформаційних технологій, що націлені на покращення тайм-менеджменту працівників компанії

Без управління часом продуктивна робота неможлива, тому програми, що створені для систематизації часового ліміту з блокуванням певних програм чи можливістю обмеження доступу до них, а також нагадуваннями у вигляді повідомлень з рекомендаціями щодо часового ліміту є прекрасним виходом для менеджерів компанії.

3) Більший акцент на використання месенджерів (або ж бізнес-дзвінки) для робочої комунікації

Компанія Decathlon більшу частину своєї робочої комунікації здійснює через інформаційну систему G-mail. Це не є проблемою, але для пришвидшення роботи більш доцільним було би використання месенджерів чи бізнес-дзвінків на регулярному рівні. Пошта є хорошим варіантом при

офіційному зверненні при B2B і B2C, але, як основний метод внутрішньої комунікації він не настільки ефективний.

4) Впровадження інформаційної системи PrestaShop

Одним з елементів модернізації веб-сайту та оптимізації управлінської складової для компанії Decathlon Ukraine стало би впровадження інформаційної системи PrestaShop (в процесі проходження мною переддипломної практики digital-команда почала впровадження даної системи). Усі нижчеописані рекомендації базуються на моїх висновках, зроблених після онлайн-зустрічей з digital-спеціалістами та керівництвом компанії, на яких здійснювалось обговорення та планування запуску інформаційної системи PrestaShop).

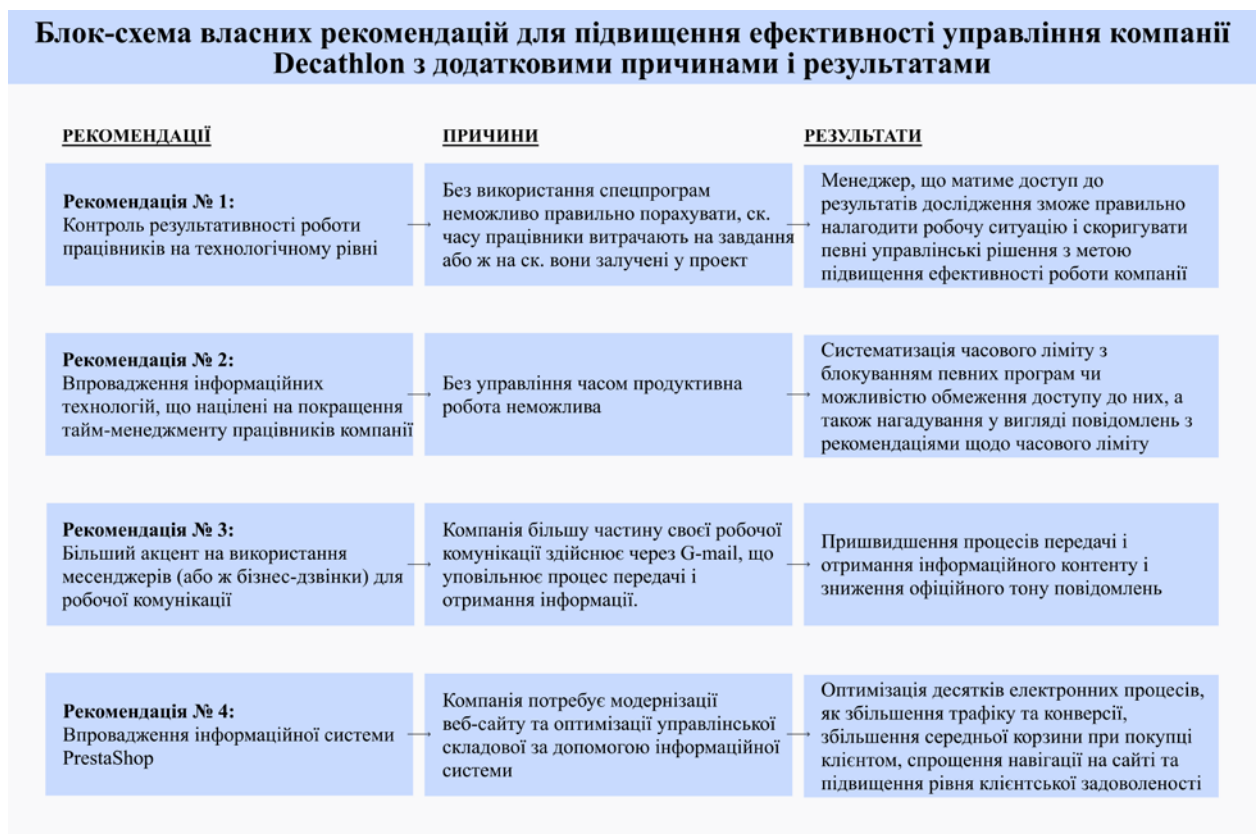


Рис. 3.1 Блок-схема власних рекомендацій для підвищення ефективності управління компанії Decathlon з додатковими причинами і результатами

Джерело: авторська розробка

Розглянемо рекомендацію № 4 більш детально.

PrestaShop – це веб-додаток для електронної комерції з відкритим кодом, що оптимізує десятки електронних процесів, як збільшення трафіку та конверсії, збільшення середньої корзини при покупці клієнтом, спрощення навігації на сайті, підвищення рівня клієнтської задоволеності та продуктивності працівників. Функціональний ряд PrestaShop надзвичайно широкий та корисний для ведення онлайн-бізнесу. Серед основних функції є:

- Каталог (кількість товарів на складі, ціни з податком або без; сортування товарів за різними параметрами, показ виробників і брендів тощо);
- Оплата (оплата банківським переказом, чеком чи готівкою при доставці, Google Checkout, PayPal тощо);
- Доставка товару (трекінг доставки, email-сповіщення щодо доставки);
- Статистика (статистика відгуків, замовлень, продажів, переходів по критеріям, за ключовими словами тощо);
- Переклади (8 мов для вибору);
- Локалізація (автоматичний перерахунок у будь-яку валюту, синхронізація цін з чинним курсом, перерахунок податків);
- SEO (SEO-оптимізація за мета-тегами, Google Maps);
- Безпека (безпечний вхід в онлайн-кабінет, cookies-шифрування, блокування при неодноразових спробах ввести пароль, шифрування паролів в базі даних);
- Управління (індексація товарів для оптимізації пошуку, управління запасами, додавання додаткових модулів, резервне копіювання бази даних тощо);
- Модулі магазинів (рекомендовані товари на головній сторінці, модулі on-off, нові товари, закладка в один клік, вибір валюти і мови тощо).

Розглянемо впровадження PrestaShop в діяльність компанії Decathlon на прикладі.

До блоку «Каталог» входять декілька сторінок, однією з яких є сторінка «Категорії». В ній розміщені дані щодо усіх товарних категорій, які представлені на сайті. Web-Merchandized може їх змінювати, створювати чи видаляти. Наприклад, зараз на сайті можна побачити наступні категорії: види спорту, хіти продажів, одяг, бренди, в холодні дні, еко-дизайн та останнє з колекції. Вже зовсім скоро категорія «В холодні дні» стане неактуальною і працівник замінить її на більш доцільну для теплого періоду. Таким чином можна не лише взаємодіяти з категоріями, але й з товарами, що знаходяться в них: аналізувати популярність товарів серед споживачів, контролювати кількість товарів на складі, сортувати товари за різними параметрами, встановлювати ціну та багато іншого. Усі зміни автоматично переносяться на сайт при натисканні на кнопку «Зберегти».

Наступною сторінкою є «Товари», де представлений перелік усього асортименту з model ids, артикулом, назвою категорії, ціною без ПДВ, кількістю на складі, статусом (в наявності чи ні) і функцією редагування.

Сторінка «Покупці» дає уявлення про клієнтську базу Decathlon, дані яких імпортуються після реєстрації в системі. Це широкий спектр інформаційного контенту, який включає відомості про ім'я і прізвище клієнтів, їхній email, вартість зроблених покупок, дату реєстрації, середній вік цільової аудиторії, середній час перебування на сайті, середній час замовлення.

| № | Звертання | Ім'я | Прізвище | E-mail адреса | Продажі | Вкл. | Розсима | Партнерські пропозиції | Реєстрація | Останнє відвідування | |
|--------|-----------|----------|------------|----------------------------|------------|------|---------|------------------------|------------|----------------------|------------|
| 193201 | — | Анатолій | ПОХИЛКО | pokhila.a.v@gmail.com | 1 097.00 € | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193200 | — | — | — | bercom777@gmail.com | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193199 | Пані | Оксана | НАСТЕНКО | klyusha.nastenko@gmail.com | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193198 | — | Анна | — | storchikanna@gmail.com | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193197 | Пані | Наталія | ГОРОДЕЦЬКА | slufy@ukr.net | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193196 | — | Лариса | ВАРИЧЕВА | lvaricheva@gmail.com | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193195 | — | — | — | smk@nissens.com | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193194 | — | — | — | tyarohyk_3004@ukr.net | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193193 | — | — | — | likos33@gmail.com | — | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193192 | — | Олена | ПОПЕЛЬ | popelhelena@gmail.com | 349.00 € | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |
| 193191 | — | Наталія | ГРОЗЕНКО | natali.gubskaya@gmail.com | 499.00 € | ✓ | ✓ | ✓ | 2021-03-02 | — | Редагувати |

Рис. 3.2 Сторінка «Покупці» в інформаційній системі PrestaShop

Джерело: складено автором на основі digital-звітності компанії Decathlon

Сторінка «Модулі» призначена для програмістів, що використовують їх (функціонально завершені програмні фрагменти, призначені для поєднання з іншими програмними модулями) для роботи в операційній системі. Асортимент модулів надзвичайно широкий: модулі для збільшення продажів, SEO-модулі, модулі для інтеграції, онлайн-оплати, доставки, знижок, пошуку, імпорту та експорту тощо. Модулі спрощують діяльність ІТ-спеціалістів, автоматично здійснюючи запрограмовану функцію.

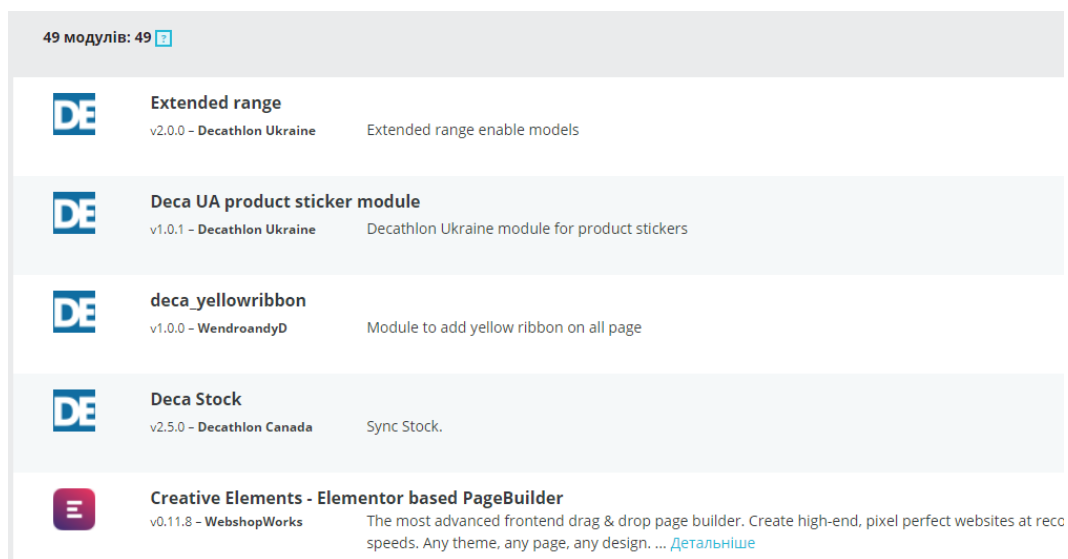


Рис. 3.3 Сторінка «Модулі» в інформаційній системі PrestaShop

Джерело: складено автором на основі digital-звітності компанії Decathlon

Компанія Decathlon може використовувати такі модулі: модуль розширеного діапазону, модуль для встановлення стікерів та жовтої стрічки на товари, модуль запасів, модуль онлайн-оплати, модуль для аналітики, SEO-модуль та інші.

Однією з найбільш важливих сторінок для прийняття управлінських рішень є сторінка «Замовлення». В ній представлений досить широкий спектр інформаційного контенту, що одразу відповідає на усі необхідні для перевірки чи корекції замовлення питання: номер замовлення, ПІП клієнта, назву товару, ціну товару, артикул товару, спосіб і адресу доставки, спосіб оплати та її

статус (оплачено / не оплачено), дату та час замовлення, час перебування клієнта на сайті та тривалість процедури замовлення товару (Рис. 3.4).

| № | Клієнт | Валюта | Cart | Перевірка | Статус | Дата | Дата | файл PDF |
|--------------------------|---------------------|------------|--------|---|--|---------------------|---------------------|-----------------------------|
| - | | | | - | - | Від | Від | - |
| | | | | | | До | До | Пошук |
| <input type="checkbox"/> | 235557 В. ЗГОНЯЙКО | 249,00 ₪ | 252404 | Decathlon Почайна (Безконтактна видана біла магазину) | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 07:11:28 | 2021-04-29 07:13:00 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235556 К. Лисенко | 599,00 ₪ | 253277 | Decathlon Біліни (Безконтактна видана біла магазину) | Partmoney Wait for payment | 2021-04-29 07:11:01 | 2021-04-29 07:11:02 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235555 В. МАЛИШУК | 739,00 ₪ | 243085 | Decathlon Почайна (Безконтактна видана біла магазину) | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 06:36:22 | 2021-04-29 06:37:49 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235554 Д. КОСАК | 1 469,00 ₪ | 240284 | Адресна доставка день в день м.Київ (Нова Пошта) | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 06:21:41 | 2021-04-29 06:24:42 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235553 С. БУРЛАКОВА | 2 428,00 ₪ | 244220 | Відділення Нова Пошта | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 06:15:37 | 2021-04-29 06:18:37 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235552 И. ЗАЙЦЕВ | 3 571,00 ₪ | 252916 | Адресна доставка день в день м.Київ (Нова Пошта) | 0. Нове замовлення | 2021-04-29 04:20:35 | 2021-04-29 04:20:36 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235551 А. НАВИТОВИЧ | 1 958,10 ₪ | 253259 | Відділення Нова Пошта | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 03:23:10 | 2021-04-29 03:24:46 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235550 А. НАВИТОВИЧ | 1 958,10 ₪ | 253258 | Відділення Нова Пошта | Під замовлення, partmoney | 2021-04-29 03:17:56 | 2021-04-29 03:17:57 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235549 О. ЛУЧАК | 449,00 ₪ | 253247 | Відділення Нова Пошта | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 01:27:36 | 2021-04-29 01:28:02 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235548 Д. Гутман | 159,00 ₪ | 253248 | Відділення Нова Пошта | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 01:26:27 | 2021-04-29 01:26:50 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235547 Д. Опалев | 2 858,00 ₪ | 253240 | Адресна доставка день в день м.Київ (Нова Пошта) | 0. Нове замовлення | 2021-04-29 01:08:29 | 2021-04-29 01:08:31 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235546 В. ЗЕМЛЯНАЯ | 149,00 ₪ | 249065 | Відділення Нова Пошта | 0. Нове замовлення | 2021-04-29 00:39:50 | 2021-04-29 00:39:51 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235545 А. ЖОРНИК | 418,10 ₪ | 253237 | Відділення Нова Пошта | Partmoney Wait for payment | 2021-04-29 00:37:40 | 2021-04-29 00:37:41 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235544 А. ПИЛИПЕНКО | 189,00 ₪ | 253236 | Адресна доставка день в день м.Київ (Нова Пошта) | 0. Нове замовлення | 2021-04-29 00:36:47 | 2021-04-29 00:36:48 | Переглянути |
| <input type="checkbox"/> | 235543 V. GOLDSTEIN | 1 468,00 ₪ | 246477 | Відділення Нова Пошта | 1. Paid with Partmoney (blocking of funds) | 2021-04-29 00:31:09 | 2021-04-29 00:31:32 | Переглянути |

Рис. 3.4 Сторінка «Замовлення» в інформаційній системі PrestaShop
Джерело: складено автором на основі digital-звітності компанії Decathlon

Сторінка «Товари» складається з: номерів товарів, назви товарів, model ids, артикулів, категорії пошуку, ціни товарів, ціни без ПДВ, мінімальної та максимальної кількості одиниць кожного конкретного товару, статусу товарів (в наявності / не в наявності, зарезервовано / стоковий товар) тощо (Рис. 3.5).

| № | Назва | Model ids | Артикул | Категорія | Ціна без ПДВ | | Кількість | | Статус | |
|--------------------------|--------|--|---|-----------------|---------------------|--------|-----------|------|--------|---|
| Мін. | Макс. | Пошук за назвою | Search model ids | Пошук за артику | Категорія пош | Мін. | Макс. | Мін. | Макс. | ± |
| <input type="checkbox"/> | 8746 | Футболка 100 Sportee для нічтесу та - | 3185449, 3185473, 8489720, 8489721 | 8746 | Футболки | 0,00 ₪ | | 1979 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 301684 | Рюкзак Nh100 для туризму, 10 л | 8502148, 8502149, 8502151, 8502156, 8502157, 8529006, 8551447, 8551448, 8551452, 8551453, 8551454, 8551455, 8551456, 8583139, 8602984 | 301684 | Рюкзак до 10-30 л | 0,00 ₪ | | 1471 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 304714 | Низькі шкарпетки 160 для тенісу, 3 пари - | 8522600, 8522601, 8522603, 8572656, 8578326 | 304714 | Шкарпетки | 0,00 ₪ | | 1418 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 11454 | Футболка жіноча Sportee 100 - Сіра | 8280228, 8504559, 8600807 | 11454 | Футболки | 0,00 ₪ | | 1416 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 11690 | Шкарпетки Ekipen для бігу, 3 пари - | 8296177, 8296178 | 11690 | Шкарпетки | 0,00 ₪ | | 1154 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 303213 | Футболка чоловіча | 8572641, 8578151, 960565 | 303213 | Футболки | 0,00 ₪ | | 1148 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 311044 | Футболка чоловіча для фітнесу прямий край | 8561988, 8561989, 8561990, 8561991, 8561993, 8561996, 8561997, 8561998, 8561999, 8562004, 864240, 961732, 961804 | 311044 | Футболки | 0,00 ₪ | | 823 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 307305 | Футболка чоловіча для фітнесу вузький край з принтом | 8543986, 8543987, 8543988, 8543989, 8543991, 8543994, 8572714, 8572715, 8572716, 8578499, 8603201, 8603202, 864312, 960567 | 307305 | Футболки | 0,00 ₪ | | 808 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 148873 | Маска Easybreath 500 для сноуборду - | 8485021, 8491266, 8491268, 8491269, 8573237, 8573239 | 148873 | Маски Easybreath | 0,00 ₪ | | 679 | | ✓ |
| <input type="checkbox"/> | 158325 | Рушник з мікрофібри, розмір L, 80 x 130 см - | 8361623, 8361626, 8387955, 8387956, 8402372, 8542775, 8543246, 8584433, 8618345 | 158325 | Рушники для басейну | 0,00 ₪ | | 631 | | ✓ |

Рис. 3.5 Сторінка «Товари» в інформаційній системі PrestaShop
Джерело: складено автором на основі digital-звітності компанії Decathlon

На сторінці «Стокові товари» представлений перелік усіх стокових товарів у всіх магазинах Decathlon. Інформаційний контент складається з: назви товару і його статусу, артикулу, постачальника, к-ті фізичних одиниць, кількості зарезервованих одиниць, кількості одиниць в наявності (Рис. 3.6).

| товар | Артикул | Постачальник | Статус | Фізично | Зарезервовано | В наявності |
|--|---------|--------------|--------|---------|---------------|-------------|
| Замок 120 для велоаксесуарів, з ключем 8204381 - 254@ | 1465259 | N/A | ✓ | 10 | 0 | 10 |
| Камера 20_QUOTE_ 1,7-2,2 з ніпелем Schrader 174@Автокляпан - 8311089 | 176449 | N/A | ✓ | 20 | 3 | 17 |
| Камера 24_QUOTE_ з ніпелем Schrader, шириною 1,7-2,2 174@Автокляпан - 8311092 | 176460 | N/A | ✓ | 27 | 0 | 27 |
| Камера 12_QUOTE_ з вигнутим ніпелем Schrader 254@ - 8297920 | 1789315 | N/A | ✓ | 10 | 0 | 10 |
| Камера 16_QUOTE_ 1,70-2,20, з ніпелем Schrader 174@Автокляпан - 8311088 | 176443 | N/A | ✓ | 24 | 0 | 24 |
| Самовідновлювальна камера 20 x 1,7_SLASH_2,2 - Schrader 254@ - 8311097 | 176479 | N/A | ✓ | 8 | 0 | 8 |
| Самовідновлювальна камера 24x1,7_SLASH_2,2 з ніпелем Schrader 174@Автокляпан - 8311111 | 176748 | N/A | ✓ | 6 | 0 | 6 |
| Камера 700x35_SLASH_45 з ніпелем Presta 48 мм 174@Велокапан - 8311103 | 176510 | N/A | ✓ | 34 | 0 | 34 |
| Камера 700x35_SLASH_45 з ніпелем Schrader, 48 мм 174@Автокляпан - 8311102 | 176498 | N/A | ✓ | 21 | 2 | 19 |

Рис. 3.6 Сторінка «Стокові товари» в інформаційній системі PrestaShop
Джерело: складено автором на основі digital-звітності компанії Decathlon

Після стокових товарів йде сторінка «Знижки» зі номером товару, що на знижці, назвою товару, цифрою пріоритетності, кодом, кількістю товарів, терміном дійсності знижки (дійсний від / дійсний до), статусом товару.

| № | Назва | Пріоритет | Код | Кількість | Дійсний до | Статус | |
|-------|---------------------------------|-----------|---------------|-----------|---------------------|--------|------------|
| 21431 | spiche10 | 1 | spiche10 | 5000 | 2021-05-31 07:00:00 | ✓ | Редагувати |
| 21430 | Аномалія без зворотного зв'язку | 1 | Z2YCX4RQ | 1 | 2021-07-28 16:00:00 | ✓ | Редагувати |
| 21429 | travel4u | 1 | | 0 | 2021-04-28 14:31:07 | ✗ | Редагувати |
| 21428 | Birthday discount | 1 | | 0 | 2021-05-04 12:00:00 | ✓ | Редагувати |
| 21427 | Birthday discount | 1 | l99H1VW6 | 1 | 2021-05-04 12:00:00 | ✓ | Редагувати |
| 21426 | Birthday Discount | 1 | DB2021_17FFCB | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21425 | Birthday Discount | 1 | DB2021_12305E | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21424 | Birthday Discount | 1 | DB2021_0154E9 | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21423 | Birthday Discount | 1 | DB2021_C11896 | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21422 | Birthday Discount | 1 | DB2021_99694B | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21421 | Birthday Discount | 1 | DB2021_8794A0 | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21420 | Birthday Discount | 1 | DB2021_756F0E | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21419 | Birthday Discount | 1 | DB2021_5650EC | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |
| 21418 | Birthday Discount | 1 | DB2021_3A230D | 1 | 2021-05-12 23:59:59 | ✓ | Редагувати |

Рис. 3.7 Сторінка «Знижки» в інформаційній системі PrestaShop
Джерело: складено автором на основі digital-звітності компанії Decathlon

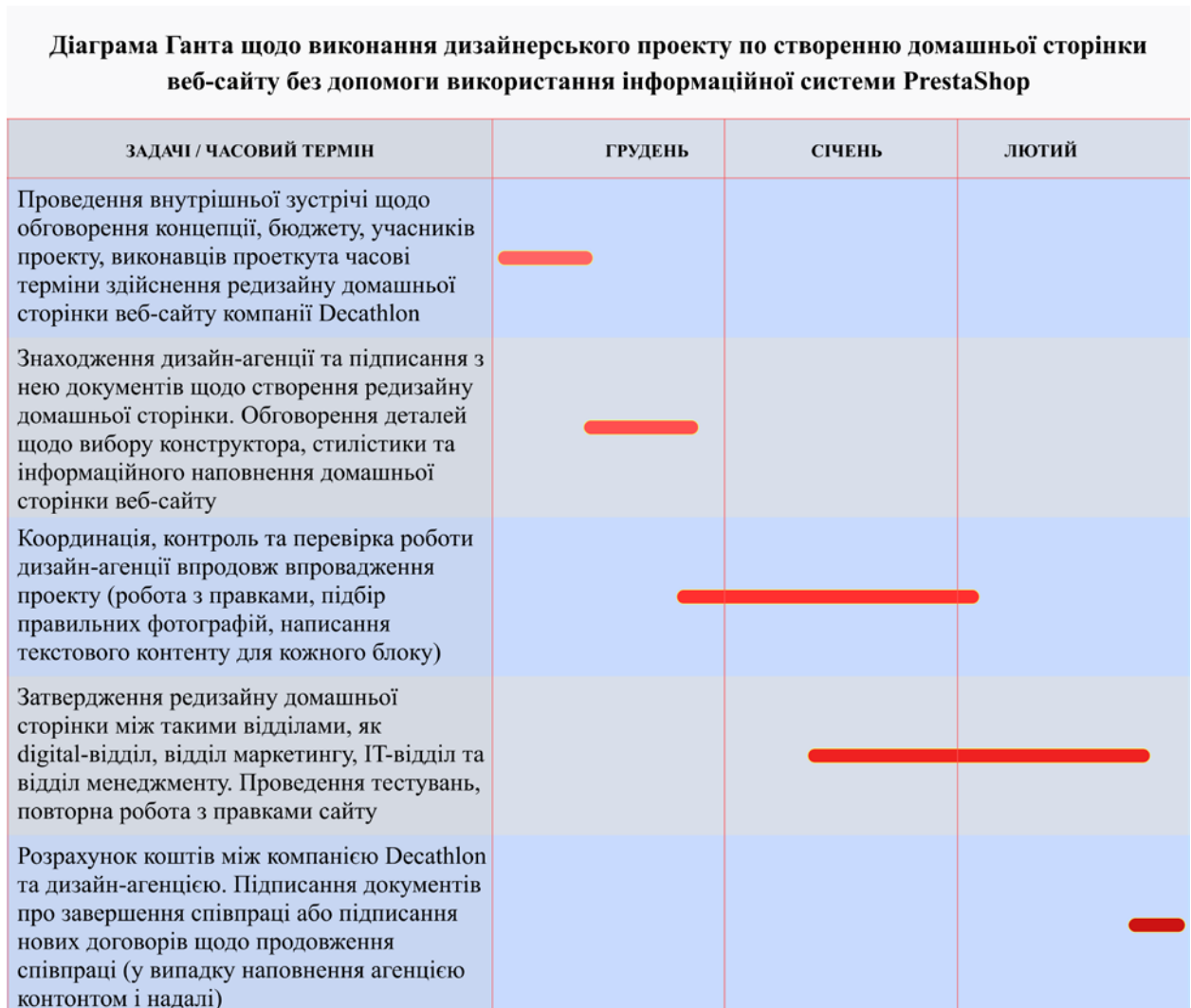
Інформаційна система PrestaShop допомагає менеджерам приймати зважені управлінські рішення на базі імпортованої і опрацьованої інформації з різних аналітичних програм та бази даних клієнтів. Завдяки їй можна не лише відслідковувати будь-який бізнес-прогрес (фінансовий, операційний, технічний, маркетинговий, дизайнерський тощо), але й впливати, як на внутрішній, так і на зовнішній вигляд веб-сайту, збільшуючи конверсію та споживчу зацікавленість компанією Decathlon.

Під час прийняття управлінських рішень менеджери звертають увагу на безліч факторів, зважуючи їхні плюси і мінуси. Інколи правильне рішення потребує деяких компромісів, не завжди на користь працівників. Наприклад, компанія активно включає своїх працівників у процеси, які не входять в їхні початкові обов'язки. Web-Merchandizer може бути залученим у процес створення лендінгів чи домашньої сторінки для веб-сайту. З однієї сторони це може здатися неправильним рішенням з боку менеджера. Але з іншої – це чудовий шанс для працівника розширити спектр своїх можливостей, не втрачати інтерес до роботи, не перетворюючи у її повторювану рутину, а також це економить гроші компанії на найм додаткових одиниць як дизайнерське агентство і зменшує нервові навантаження від можливих непорозумінь між двома сторонами (компанії Decathlon і працівників дизайнерського агентства).

Нижче на прикладах двох діаграм Ганта наглядно показано, на скільки зміниться час, якість та кількісна залученість працівників компанії для виконання проекту з використанням та без використання інформаційної системи PrestaShop (діаграма. 3.1 і діаграма. 3.2). Діаграми складені на основі даних digital-відділу щодо термінів виконання проектів спочатку у 2018 році, коли компанія Decathlon вийшла на український ринок, потім у 2021 році, коли усі міжнародні рітейлери Decathlon переходили на нову інформаційну систему і відмовлялись від застарілого дизайну на користь більш зручного та лаконічного інтерфейсу.

Діаграма 3.1

Діаграма Ганта щодо виконання дизайнерського проекту по створенню домашньої сторінки веб-сайту без допомоги використання інформаційної системи PrestaShop



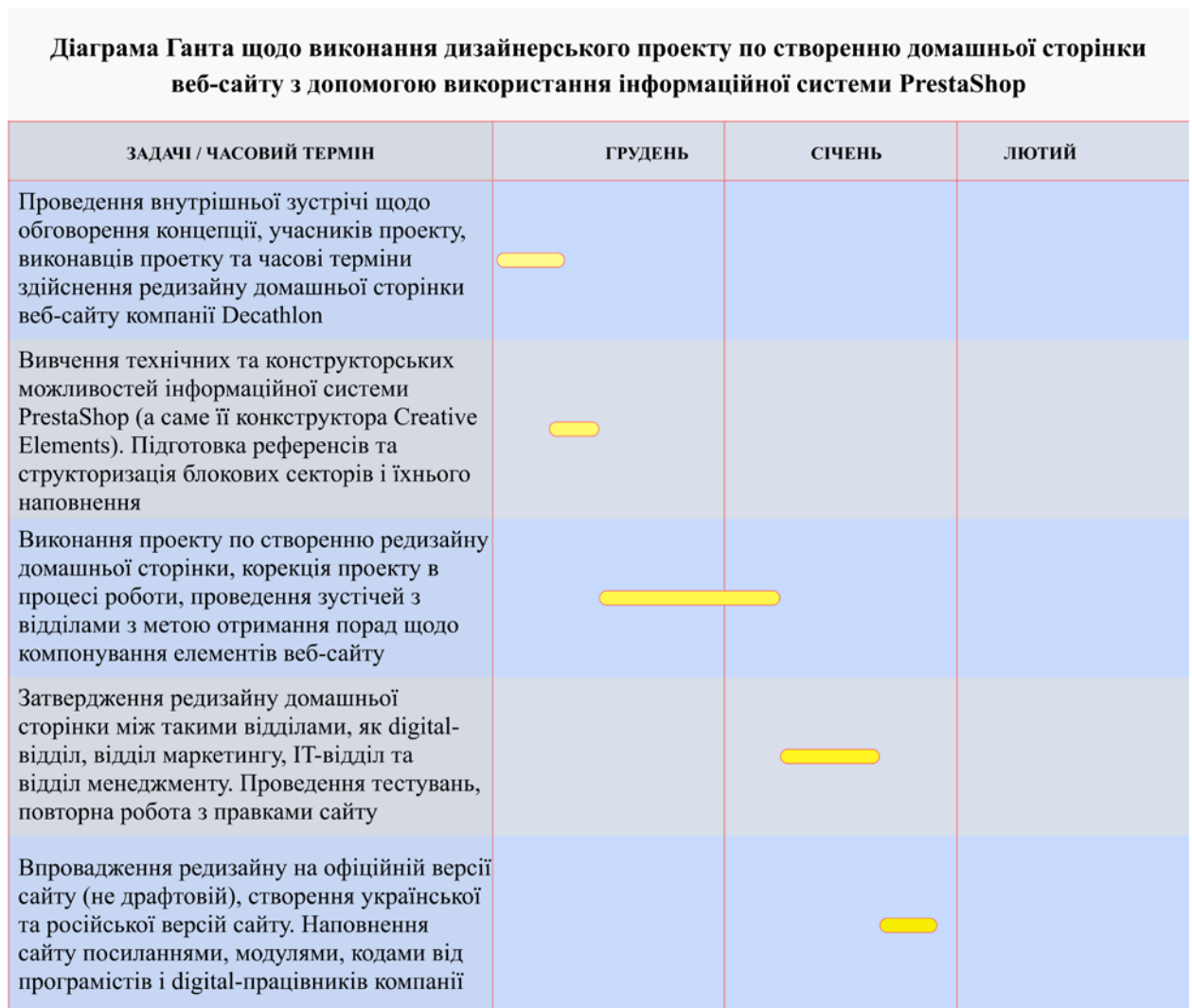
Джерело: складено автором на основі даних digital-відділу компанії Decathlon щодо початкового створення дизайну домашньої сторінки у 2018 році

Як видно з діаграми 3.1, виконання дизайнерського проекту по створенню домашньої сторінки веб-сайту без допомоги інформаційної системи PrestaShop, а точніше конструктора Creative Elements триває впродовж 3 місяців (стільки часу було витрачено на створення домашньої сторінки тоді, коли компанія Decathlon вийшла на український ринок). Довгий термін виконання проекту не є єдиною проблемою даного рішення. Такі пункти, як

пошук правильної дизайнерської агенції, виділення на неї коштів, контроль та координація її роботи, а також ризик непорозумінь чи неясності між двома сторонами можуть стати якорями для якісного виконання завдання.

Діаграма 3.2

Діаграма Ганта щодо виконання дизайнерського проекту по створенню домашньої сторінки веб-сайту з допомогою використання інформаційної системи PrestaShop



Джерело: складено автором на основі даних digital-відділу компанії Decathlon щодо створення редизайну домашньої сторінки веб-сайту у 2021 році

Як видно з діаграми 3.2, виконання дизайнерського проекту по створенню домашньої сторінки веб-сайту з допомогою інформаційної системи PrestaShop, а точніше конструктора Creative Elements триває впродовж 1,5

місяця, що в 2 рази менше, ніж на попередньому прикладі. Усе пояснюється тим, що працівник digital-відділу може самостійно вивчити конструктор Creative Elements і створити шаблон домашньої сторінки вже в попередньо створених блоках (які є пустими, але з можливістю наповнення майже під будь-який проект). Ці блоки є доступними в меню програми, і людина може самостійно обирати та згруповувати потрібні комбінації. Наприклад, структура домашньої сторінки може бути такою, як в (Додаток А) і складатися з таких блоків: хедер, головний блок, блок «Наші пропозиції», блок «Продукти для кожного», блок «Хіти продажу», блок «Популярні категорії», блок «Блог Decathlon Україна», блок «Наші послуги», блок «Контакти» і футер.

Маючи структуру домашньої сторінки, працівники можуть наповнювати її в залежності від сезону, зміни акцій чи наявності товарів в магазині чи на складі. Це набагато зручніше, ніж кожного разу звертатися до дизайнерської агенції, платити їм кошти і витратити час на можливі правки чи доопрацювання.

Отже, використання інформаційної системи PrestaShop є чудовим рішенням для відділу менеджменту компанії Decathlon в процесі прийняття правильних управлінських рішень з економією часу, коштів та нервів її працівників.

3.2 Оцінка наданих рекомендацій щодо підвищення ефективності управління компанії Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop шляхом проведення експертного опитування

Метод експертного опитування – це метод, що базується на припущеннях та думках експертів та спеціалістів конкретної ніші. Метою методу є створення моделі щодо найбільш якісного, швидкого та надійного розвитку об'єкта прогнозування.

Для оцінки власних рекомендацій, описаних мною вище у розділі 3.1, був проведений метод експертного опитування шляхом онлайн-анкетування 5 експертів з digital-середовища компанії Decathlon (Web-Merchandizer, SEO Manager, Development Project Manager, Marketplaces & Extended Range PM і E-commerce Leader). Показниками експертного опитування щодо підвищення ефективності управління компанії Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop були визначені 12 критеріїв:

- X1 – досвід міжнародних компаній Decathlon у використанні інформаційної системи PrestaShop;
- X2 – можливість приймати управлінські рішення на основі опрацьованої інформації системою PrestaShop;
- X3 – швидкість опрацювання інформації завдяки системі PrestaShop;
- X4 – точність та достовірність опрацьованої інформації завдяки системі PrestaShop;
- X5 – зрозумілість використання системи PrestaShop;
- X6 – ціна за використання системи PrestaShop;
- X7 – рівень можливостей та варіація модулів системи PrestaShop;
- X8 – можливість використання системи PrestaShop з різних девайсів;
- X9 – рівень технічних можливостей конструктора Creative Elements;
- X10 – можливість редагування показників в режимі реального часу в системі PrestaShop;
- X11 – можливість колективного редагування показників в системі PrestaShop;
- X12 – перспектива у подальшому покращенні системи PrestaShop.

Найвища оцінка, яку міг надати експерт -1, а найменша – 12.

Результати експертного опитування щодо оцінки критеріїв власних рекомендацій по підвищенню ефективності управління компанією Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop згруповано, пораховано і описано у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Зведена таблиця експертного опитування щодо оцінки критеріїв власних рекомендацій по підвищенню ефективності управління компанією Decathlon завдяки використанню інформаційної системи PrestaShop

| Експерти | Показники | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|--------|-------|--------|------|------|-------|--------|------|-------|-------|------|
| | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | X11 | X12 |
| 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 6 | 9 | 4 | 10 | 7 | 8 | 6 | 6 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 7 | 10 | 5 | 10 | 6 | 9 | 5 | 4 |
| 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 5 | 9 | 3 | 8 | 8 | 7 | 5 | 6 |
| 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 5 | 9 | 3 | 8 | 7 | 7 | 5 | 7 |
| 5 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 8 | 3 | 9 | 5 | 10 | 7 | 5 |
| Експерти | Ранжування показників | | | | | | | | | | | |
| | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | X11 | X12 |
| 1 | 5,5 | 2 | 5 | 2,5 | 7,5 | 9,5 | 5,5 | 10 | 8,5 | 8 | 7,5 | 8,5 |
| 2 | 5,5 | 4,5 | 5,5 | 2,5 | 7 | 10 | 5,5 | 10 | 8 | 9,5 | 8,5 | 6,5 |
| 3 | 4,5 | 3 | 5 | 2,5 | 7,5 | 9,5 | 5,5 | 9,5 | 9,5 | 7,5 | 5,5 | 6 |
| 4 | 3 | 1,5 | 3,5 | 3,5 | 6,5 | 9,5 | 4 | 9 | 8,5 | 7 | 6,5 | 7,5 |
| 5 | 6,5 | 10 | 5 | 2 | 5 | 9 | 3,5 | 9,5 | 6 | 10 | 8 | 6,5 |
| $\sum R$ | 25 | 21 | 24 | 13 | 33,5 | 47,5 | 24 | 48 | 40,5 | 42 | 36 | 35 |
| d | -7,5 | -11,5 | -8,5 | -19,5 | 1 | 15 | -8,5 | 15,5 | 8 | 9,5 | 3,5 | 2,5 |
| d ² | 56,25 | 132,25 | 72,25 | 380,25 | 1 | 225 | 72,25 | 240,25 | 64 | 90,25 | 12,25 | 6,25 |
| S | 1352,25 | | | | | | | | | | | |
| T ₁ | $1/12 * 2 * (2^3 - 2) = 1$ | | | | | | | | | | | |
| T ₂ | $1/12 * 3 * (2^3 - 2) = 1,5$ | | | | | | | | | | | |
| T ₃ | $1/12 * 1 * (2^3 - 2) = 0,5$ | | | | | | | | | | | |
| T ₄ | $1/12 * 2 * (2^3 - 2) = 1$ | | | | | | | | | | | |
| T ₅ | $1/12 * 1 * (2^3 - 2) = 0,5$ | | | | | | | | | | | |
| W | $1352,25 / ((1/12 * (5^2 * (12^3 - 12) - 5 * (1 + 1,5 + 0,5 + 1 + 0,5)))) = 0,4$ | | | | | | | | | | | |

Джерело: складено автором на основі експертного опитування digital-спеціалістів компанії Decathlon

Отже, оцінки експертів – узгоджені так, як $W=0,4$, а значить результати опитування є об'єктивними. За висновками експертного опитування інформаційна система PrestaShop є корисною для використання з метою підвищення ефективності управління компанією Decathlon: найвищі оцінки

отримали такі критерії, як досвід міжнародних компаній Decathlon у використанні інформаційної системи; можливість приймати управлінські рішення на основі опрацьованої інформації системою PrestaShop; точність та достовірність опрацьованої інформації завдяки системі. Середню вагу значущості отримали такі показники, як швидкість опрацювання інформації завдяки системі PrestaShop; рівень можливостей та варіація модулів системи PrestaShop; можливість колективного редагування показників в системі. Найменш важливими критеріями для експертів стали зрозумілість використання системи PrestaShop; ціна за використання системи; можливість використання системи PrestaShop з різних девайсів; рівень технічних можливостей конструктора Creative Elements; можливість редагування показників в режимі реального часу; перспектива у подальшому покращенні системи PrestaShop.

Висновок до третього розділу

З кожним роком ІТ-індустрія вдосконалюється, стаючи все більш зручною, надійною та достовірною для роботи з величезним масивом інформаційного контенту. Тому слідкувати за ІТ-тенденціями просто необхідно, якщо компанія хоче ефективно використовувати творчий потенціал своїх працівників без рутинної діяльності, що потребує максимальної концентрації та точності у розрахунках.

Рекомендаціями для підвищення ефективності управління компанією Decathlon будуть:

- Контроль результативності роботи працівників на технологічному;
- Впровадження інформаційних технологій, що націлені на покращення тайм-менеджменту працівників компанії;
- Більший акцент на використання месенджерів (або ж бізнес-дзвінки) для робочої комунікації;

- Впровадження інформаційної системи PrestaShop.

PrestaShop – це веб-додаток для електронної комерції з відкритим кодом, що оптимізує десятки електронних процесів, як збільшення трафіку та конверсії, збільшення середньої корзини при покупці клієнтом, спрощення навігації на сайті, підвищення рівня клієнтської задоволеності та продуктивності працівників. Функціональний ряд PrestaShop надзвичайно широкий та корисний для ведення онлайн-бізнесу.

Інформаційна система PrestaShop допомагає менеджерам приймати зважені управлінські рішення на базі імпортованої і опрацьованої інформації з різних аналітичних програм та бази даних клієнтів. Завдяки їй можна не лише відслідковувати будь-який бізнес-прогрес (фінансовий, операційний, технічний, маркетинговий, дизайнерський тощо), але й впливати, як на внутрішній, так і на зовнішній вигляд веб-сайту, збільшуючи конверсію та споживчу зацікавленість компанією Decathlon.

За висновками експертного опитування інформаційна система PrestaShop є корисною для використання з метою підвищення ефективності управління компанією Decathlon: найвищі оцінки отримали такі критерії, як досвід міжнародних компаній Decathlon у використанні інформаційної системи; можливість приймати управлінські рішення на основі опрацьованої інформації системою PrestaShop; точність та достовірність опрацьованої інформації завдяки системі. Середню вагу значущості отримали такі показники, як швидкість опрацювання інформації завдяки системі PrestaShop; рівень можливостей та варіація модулів системи PrestaShop; можливість колективного редагування показників в системі. Найменш важливими критеріями для експертів стали зрозумілість використання системи PrestaShop; ціна за використання системи; можливість використання системи PrestaShop з різних девайсів; рівень технічних можливостей конструктора Creative Elements; можливість редагування показників в режимі реального часу; перспектива у подальшому покращенні системи PrestaShop.

ВИСНОВКИ

Структура прийняття рішень в компанії є надзвичайно важливою процедурою управління, оскільки від її правильного виконання залежить успішність та рентабельність усього бізнесу. Прийняття рішень великою мірою базується на колективній взаємодії команди, де кожен висловлює свою думку і шляхи вирішення проблеми. Із використанням сучасних інформаційних систем та інформаційних технологій процес прийняття рішень став набагато легшим, оскільки відповідні програми, аналізуючи дані компанії, можуть відповісти практично на усі питання стосовно взаємодії користувачів з інтерфейсом. Вони допомагають тверезо побачити ситуацію, яка є насправді, а також слабкі сторони, над якими варто працювати.

Сучасні інформаційні системи та інформаційні технології допомагають удосконалити бізнес-систему, збільшити доходи компанії, коефіцієнт конверсії, клієнтську обізнаність і зацікавленість компанією. На їхній основі можуть бути прийняті найбільш зважені та розумні рішення щодо рентабельності та конкурентоспроможності бізнесу.

В процесі написання дипломної роботи були з'ясовані дефініції «інформаційні системи» та «інформаційні технології» та їх структурні елементи:

Будучи інтегрованим набором компонентів для збору, зберігання та обробки даних, інформаційні системи використовуються з ціллю вирішення конкретної задачі. Вони побудовані на базі комп'ютерної техніки і призначені для передачі значного об'єму інформаційного контенту, що має конкретну практичну сферу використання. Інформаційні системи є взаємопов'язаною сукупністю засобів для зберігання даних різної структури, аналізу та прогнозування інформаційних потоків, дослідження способів їх представлення та створення інформаційних сховищ.

Інформаційні технології – це процес, що використовує сукупність засобів і методів збору, зберігання, обробки і передачі даних для отримання

інформації нової якості про стан об'єкта, певні процеси чи уявлення. Інформаційні технології використовуються з ціллю виробництва інформації для її аналізу та прийняття на цій основі рішень щодо виконання поставленого завдання. Вони є алгоритмами роботи з інформацією, певними послідовностями дій, принципами або ж математичними моделями для пошуку, утримання, обробки та систематизації даних.

Також були досліджені сучасні тренди та тенденції, пов'язані з використанням інформаційних систем та інформаційних технологій на підвищення ефективності управління компаніями. Серед них є: гіперавтоматизація робочого процесу, бізнес-аналітика як інструмент прийняття рішень, впровадження технології Smart Contacts, прискорений перехід до хмарних технологій та пріоритетність периферійного обчислення.

В процесі написання кваліфікаційної роботи була розглянута функціональна структура управління, що побудована на підрозділах з рівними правами та ступенем відповідальності за результат виконаної роботи і структура прийняття рішень в компанії за допомогою використання інформаційних технологій Google Analytics та Algolia.

Об'єктом наукового дослідження є товариство з обмеженою відповідальністю «Decathlon Ukraine» - компанія, яка в універсальному масштабі має на меті розробляти продукцію, розвивати послуги, розширювати можливості співробітників і удосконалювати власні приміщення таким чином, щоб впроваджувати та ділитися перевагами бізнесу для отримання всього найкращого від спорту. Decathlon є великим дестиб'ютором спортивних товарів завдяки інноваціям, як у дизайні, так у технології виготовлення. Інновації для компанії – це пристосування до потреб клієнтів після спостереження за їхньою практикою у спортивній діяльності. Завдяки інноваціям, мотивованій, талановитій команді і фінансовому капіталу досягається перетворення потреб у готовий продукт.

Управлінська структура компанії Decathlon поділяється на: Business Unit Leaders, Marketing & Communication Department, Digital Department, Sport

Leaders, Store Department, Finance, HR, Legal & IT Department, Supply & Log & BtoB Department і Production Department.

Decathlon активно використовує десятки інформаційних систем та інформаційних технологій для збільшення ефективності управлінської діяльності компанії завдяки тому, що штучний інтелект дозволяє візуалізувати звіти щодо реальної ситуації в бізнесі, месенджери спрощують та пришвидшують комунікацію між працівниками та керівниками, а інформаційні системи для планування робочого процесу дають можливість систематизувати задачі та час на їх виконання. Таким чином прийняття рішень базується на фактичних даних, імпортованих в інтерактивні таблиці, схеми чи діаграми, а місцем вирішення проблем може стати будь-яка точка розташування, що має доступ до Інтернету. Для систематизації, аналізу та візуалізації обсягу продажів, що є одним з найбільш важливих показників ефективності бізнесу компанія використовує такі інформаційні системи, як Google Sheets, Google Analytics та Google Data Studio.

Серед наданих рекомендацій, що були сформульовані для підвищення ефективності управління компанії Decathlon є: контроль результативності роботи працівників на технологічному; впровадження інформаційних технологій, що націлені на покращення тайм-менеджменту працівників компанії; більший акцент на використання месенджерів (або ж бізнес-дзвінки) для робочої комунікації; впровадження інформаційної системи PrestaShop.

Інформаційна система PrestaShop допомагає менеджерам приймати зважені управлінські рішення на базі імпортованої і опрацьованої інформації з різних аналітичних програм та бази даних клієнтів. Завдяки їй можна не лише відслідковувати будь-який бізнес-прогрес (фінансовий, операційний, технічний, маркетинговий, дизайнерський тощо), але й впливати, як на внутрішній, так і на зовнішній вигляд веб-сайту, збільшуючи конверсію та споживчу зацікавленість компанією Decathlon.

За висновками експертного опитування інформаційна система PrestaShop є корисною для використання з метою підвищення ефективності управління компанією Decathlon.

Отже, використання поточних інформаційних систем та інформаційних технологій позитивно впливає на ефективність менеджменту компанії Decathlon, а впровадження нових сучасних програм допоможе покращити рівень прийняття управлінських рішень з метою збільшення рентабельності бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Algolia [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.algolia.com>.
- 2) Все о Google Analytics #1: зачем вам нужен Google Analytics [Електронний ресурс] // Теплица социальных технологий. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=tEVTYOWYJOG>.
- 3) IDC назвала главные ИТ-тенденции на ближайшие годы [Електронний ресурс] // TADVISER. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://cutt.ly/ikUhpSE>.
- 4) Ilango Sriram. Research Agenda in Cloud Technologies [Електронний ресурс] / Ilango Sriram // Department of Computer Science University of Bristol Bristol, UK – Режим доступу до ресурсу: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1001/1001.3259.pdf>.
- 5) What is business intelligence? Your guide to BI and why it matters [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.tableau.com/learn/articles/business-intelligence>.
- 6) Nigel Gopie. What are smart contracts on blockchain? [Електронний ресурс] / Nigel Gopie. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ibm.com/blogs/blockchain/2018/07/what-are-smart-contracts-on-blockchain/>.
- 7) Гиперавтоматизация: каждой задаче по роботу [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.marketing-ua.com/ru/article/giperavtomatizatsiya-kazhdoj-zadache-po-robotu/>.
- 8) ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://slonimsmc.grodno.by/infotex/p8aa1.html>.
- 9) В.А. Ломазов. Информационные технологии в управлении [Електронний ресурс] / В.А. Ломазов, А.В. Маматов. – 2007. –

Режим доступу до

ресурсу: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/24552/1/Mamato_v_Informatsionnye_2007.pdf.

- 10) Ю.И. Шокин. Информационные технологии Интернет [Электронный ресурс] / Ю.И. Шокин – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-internet/viewer>.
- 11) T. Cornford. Introduction to information systems [Электронный ресурс] / T. Cornford, M. Shaikh. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: https://www.dphu.org/uploads/attachements/books/books_3326_0.pdf.
- 12) Richard T. Watson. Information Systems [Электронный ресурс] / Richard T. Watson. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: http://www.uky.edu/~gmswan3/777/IS_Book.pdf.
- 13) DAVID BOURGEOIS. Information Systems for Business and Beyond [Электронный ресурс] / DAVID BOURGEOIS. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://opentextbook.site/exports/ISBB-2019.pdf>.
- 14) Yekini Nureni. INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY [Электронный ресурс] / Yekini Nureni. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: file:///C:/Users/User/Downloads/ICT1_JULY2014_Color.pdf.
- 15) Vladimir Zwass. Information system [Электронный ресурс] / Vladimir Zwass – Режим доступу до ресурсу: <https://www.britannica.com/topic/information-system/Computer-software>.
- 16) Информационные системы [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=_SkOUp-mEK8.
- 17) Структура компанії Decathlon Ukraine [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступу до

ресурсы: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgxwLsczXxLdpGHjgtRPvfGWdtJnG?projector=1>.

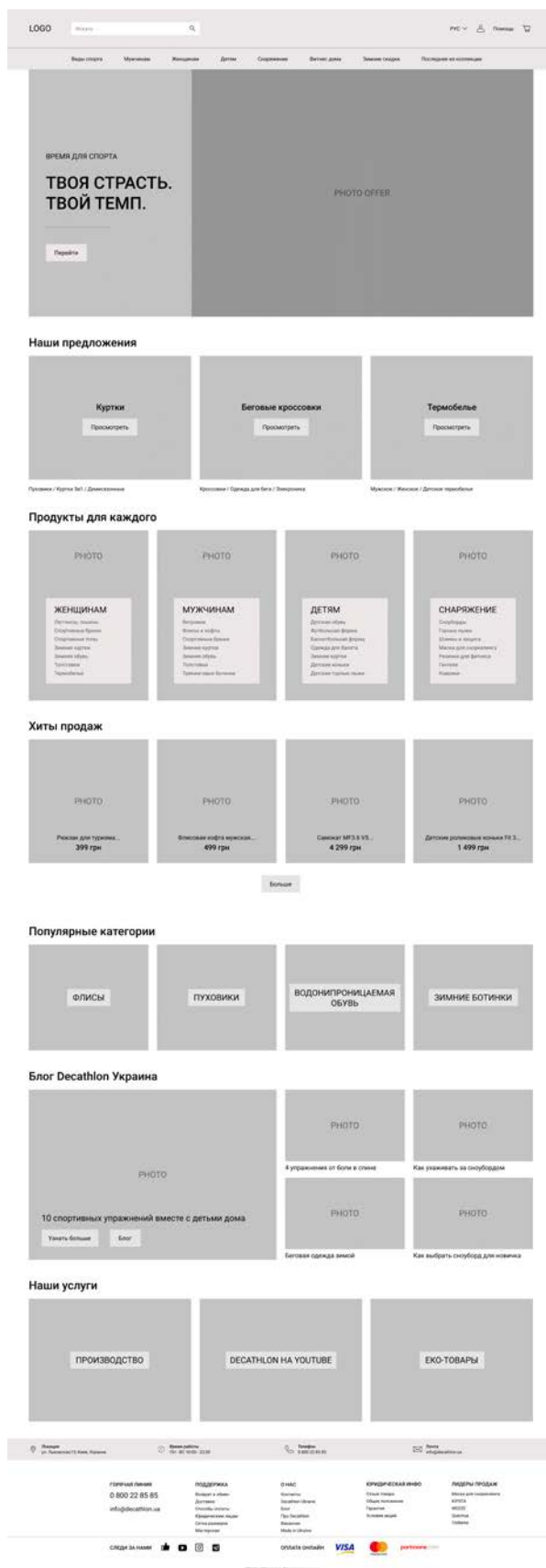
- 18) Decathlon [Електронний ресурс] // 2020 – Режим доступу до ресурсу: https://www.oneblueteam.com/en_GB/home.
- 19) Jira Software [Електронний ресурс] // Atlassian. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.atlassian.com/ru/software/jira>.
- 20) Trello [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://trello.com/home>.
- 21) Google Meet [Електронний ресурс] // Google Workspace. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://workspace.google.com/intl/uk/products/meet/>.
- 22) Gmail [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://sites.google.com/site/edugservis/gmail>.
- 23) What can you do with Calendar? [Електронний ресурс] // Google Workspace Learning Center – Режим доступу до ресурсу: <https://support.google.com/a/users/answer/9302892?hl=en>.
- 24) WhatsApp [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.whatsapp.com/?lang=uk>.
- 25) Как собрать аналитику в Google Data Studio: руководство для начинающих [Електронний ресурс] // TexTerra – Режим доступу до ресурсу: <https://texterra.ru/blog/kak-sobrat-analitiku-v-google-data-studio-rukovodstvo-dlya-nachinayushchikh.html>.
- 26) Google Sheets [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.google.com/intl/uk_ua/sheets/about/.
- 27) Методика використання інформаційних технологій в навчальному процесі [Електронний ресурс] // Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/12006/1/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%B>

[A%D0%B0%20%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D0%B9.pdf](#).

ДОДАТКИ

Додаток А

Прототип домашньої сторінки веб-сайту Decathlon



Методика використання нових інформаційних систем та технологій

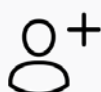
МЕТОДИКА ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.



Ввести пошуковий запит в Інтернеті та знайти необхідну інформаційну систему чи технологію, при потребі скачати

2.



Зареєструватись у системі, прочитати інструкцію по використанню інформаційної системи чи технології

3.



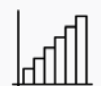
Створити об'єкт, намалювати зображення, написати текст, відправити повідомлення, порахувати цифрові дані тощо

4.



Зробити опрацювання, модифікування, аналіз зробленої роботи (перевірити правильність і точність зробленої роботи)

5.



Організувати дані (зробити упорядкування, створити гіперструктуру, електронну таблицю тощо)

6.



Перетворити дані в іншу форму (наприклад, побудувати діаграму на основі числових даних)

7.



Назвати файл, зберегти на комп'ютері чи телефоні, за необхідності створити папку для зручного пошуку

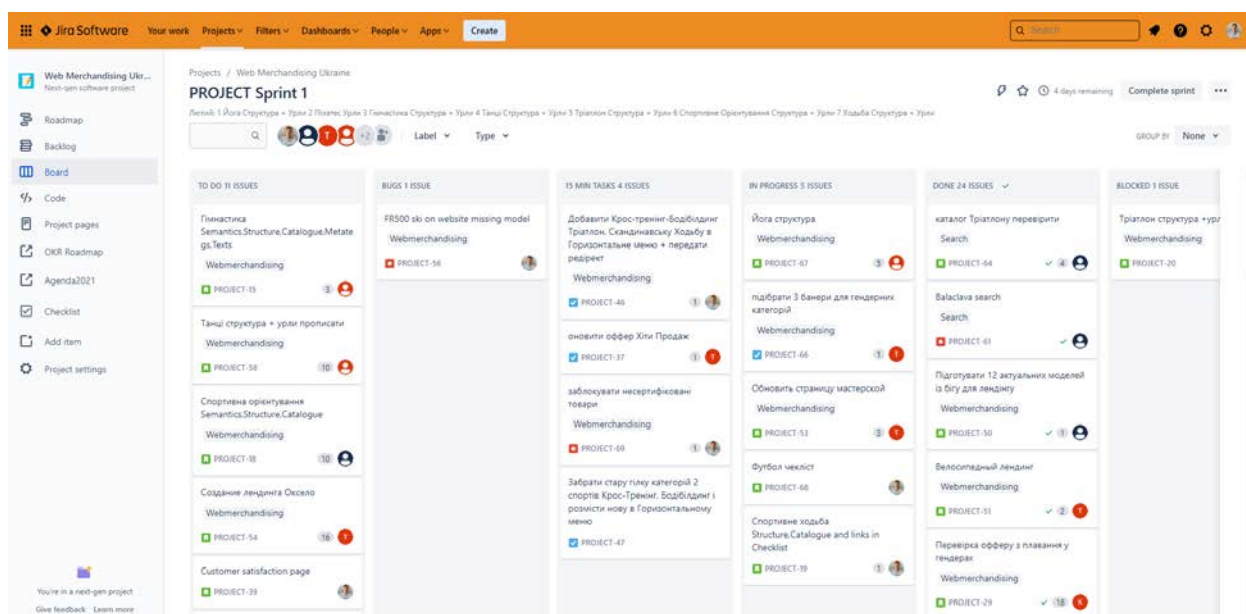
8.



Надіслати файл необхідним людям, дати доступ для перегляду чи редагуванню матеріалу

Додаток В

Структура управління проектами компанії Decathlon за допомогою Jira Software



Додаток Г

Структура проведення бізнес-зустрічі компанії Decathlon за допомогою програми Google Meet

The screenshot shows a Google Meet interface during a presentation. The main window displays a slide titled "THREE 2020 FACTS TO BELIEVE in 2021-". The slide content includes:

- Performances**: BASKETBALL Europe is pulling up DECATHLON by **+6,5pts**.
- GROWTH**: In almost every european countries (YTD) BASKETBALL > DECATHLON.

Below the text is a table comparing performance data for various European countries:

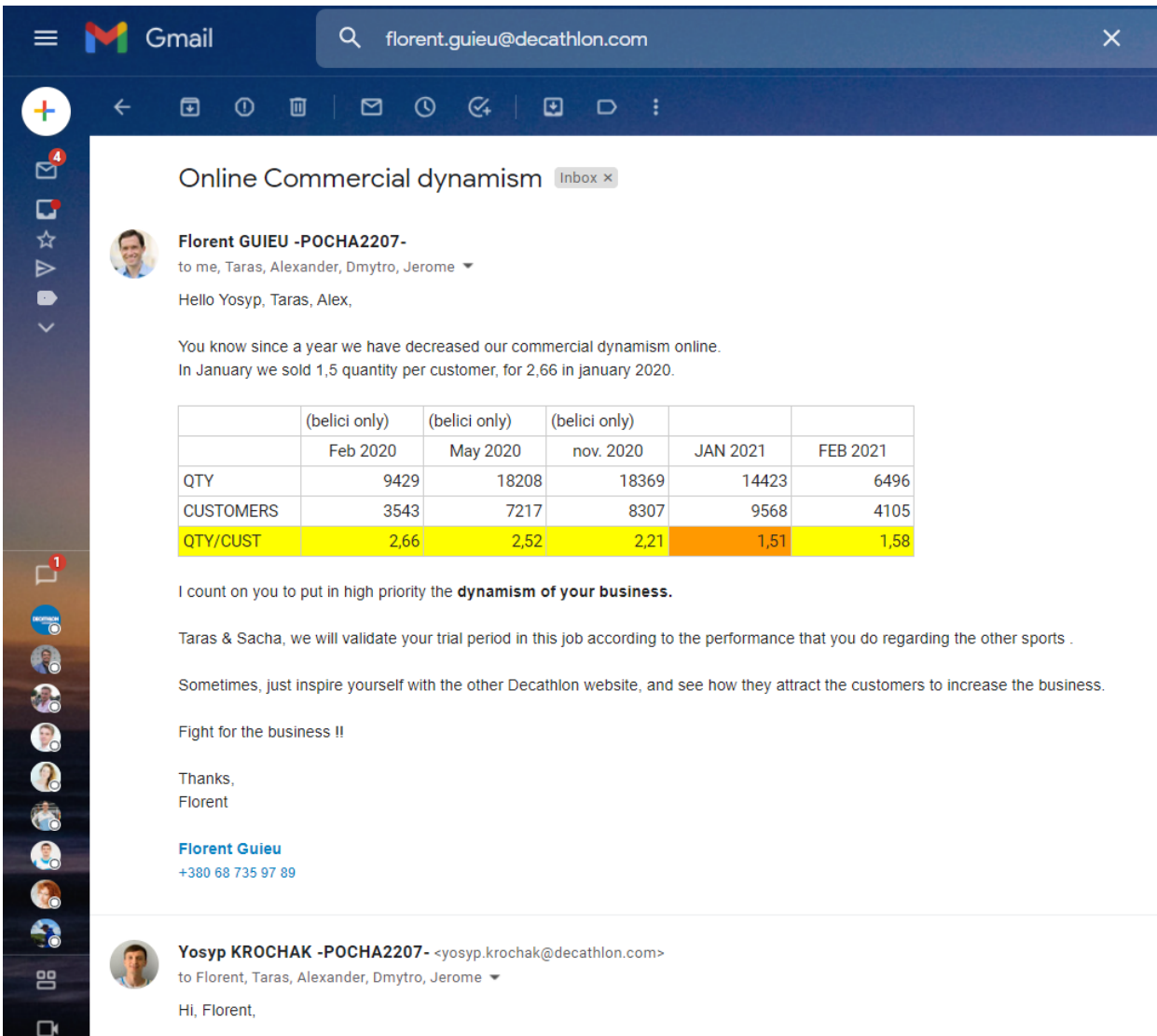
| Year to date 2020 | YO | Growth | Difference between TARMAC / DECATHLON |
|-------------------|-----------------------|----------------|---------------------------------------|
| EUROPE C2 | 92 898 363 EUR | -1,14 % | 6,48 % |
| FRANCE | 29 771 279 EUR | -4,14 % | 6,86 % |
| SPAIN | 15 527 427 EUR | -15,30 % | -2,99 % |
| ITALY | 15 374 611 EUR | -14,10 % | -1,72 % |
| GERMANY | 5 581 730 EUR | 36,16 % | 35,36 % |
| BELGIUM | 4 897 004 EUR | -2,51 % | 11,24 % |
| POLAND | 3 677 525 EUR | 7,02 % | 16,89 % |
| UNITED KINGDOM | 2 919 389 EUR | 11,33 % | 21,90 % |
| ROMANIA | 2 784 835 EUR | 1,40 % | 6,41 % |
| HUNGARY | 2 737 078 EUR | 0,02 % | 14,53 % |
| NETHERLANDS | 2 670 028 EUR | 2,54 % | 7,08 % |
| SWITZERLAND | 2 380 101 EUR | 31,86 % | 24,82 % |
| PORTUGAL | 1 373 694 EUR | 60,82 % | 18,26 % |
| CZECH REPUBLIC | 1 348 000 EUR | 26,35 % | 15,35 % |
| ISRAEL | 664 678 EUR | 45,87 % | 25,32 % |
| CROATIA | 644 777 EUR | 1,27 % | 12,13 % |
| SWEDEN | 583 385 EUR | 149,67 % | 101,50 % |
| SLOVAKIA | 517 218 EUR | 37,13 % | 26,52 % |
| BULGARIA | 453 031 EUR | 22,60 % | 15,65 % |
| SLOVENIA | 433 479 EUR | 6,52 % | 17,16 % |
| IRELAND | 417 872 EUR | 1 675,14 % | 572,16 % |
| LITHUANIA | 200 084 EUR | 16,39 % | 10,14 % |
| SERBIA | 183 995 EUR | 0,00 % | NS |
| UKRAINE | 151 630 EUR | 283,86 % | 161,13 % |

The presentation is titled "TARMAC". The Google Meet interface shows 41 participants in the call. The participants list includes:

- Yosyp KROCHAK ... (You)
- Akanksha Tomar
- Alex BÜCHSLER
- Andrew WION
- Anton KOCHUBEY -MO...
- Antonio GOMEZ -MAJ...
- ARKADIUSZ MIESIAK -P...

Додаток Д

Комунікація між digital-відділом компанії Decathlon за допомогою використання інформаційної системи G-mail



Online Commercial dynamism Inbox x

Florent GUIEU -POCHA2207-
to me, Taras, Alexander, Dmytro, Jerome ▾

Hello Yosyp, Taras, Alex,

You know since a year we have decreased our commercial dynamism online.
In January we sold 1,5 quantity per customer, for 2,66 in january 2020.

| | (belici only) Feb 2020 | (belici only) May 2020 | (belici only) nov. 2020 | JAN 2021 | FEB 2021 |
|-----------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|----------|----------|
| QTY | 9429 | 18208 | 18369 | 14423 | 6496 |
| CUSTOMERS | 3543 | 7217 | 8307 | 9568 | 4105 |
| QTY/CUST | 2,66 | 2,52 | 2,21 | 1,51 | 1,58 |

I count on you to put in high priority the **dynamism of your business**.

Taras & Sacha, we will validate your trial period in this job according to the performance that you do regarding the other sports .

Sometimes, just inspire yourself with the other Decathlon website, and see how they attract the customers to increase the business.

Fight for the business !!

Thanks,
Florent

Florent Guieu
+380 68 735 97 89

Yosyp KROCHAK -POCHA2207- <yosyp.krochak@decathlon.com>
to Florent, Taras, Alexander, Dmytro, Jerome ▾

Hi, Florent,