МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра цифрових комунікацій та інформаційних технологій

Кваліфікаційна робота

бакалавра на тему:

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Виконав:
здобувач 4 курсу
очної форми навчання,
спеціальність 029 «Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа»
ОПП «Інформаційна та документаційна
діяльність»
Таракановський Георгій Володимирович

Науковий керівник:
Філіпова Людмила Яківна
доктор педагогічних наук,
професор кафедри цифрових комунікацій та
інформаційних технологій

Рецензент:

Харків-2025

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Сучасний стан наукової розробки теми кваліфікаційної роботи

1.2 Особливості організації інформаційної інфраструктури на підприємствах

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

2.1. Характеристика засобів інтернет-комунікацій та їх використання для вдосконалення управління підприємством

2.2. Інформаційні технології та сервіси в умовах цифровізації інфраструктури управління підприємством. Перспективи розвитку

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасну епоху цифрової трансформації суспільства та активного переходу до інформаційно-комунікаційної моделі господарювання спостерігається новий етап розвитку як світової, так і національної економіки. Цей процес зумовлений багатьма факторами, серед яких важливу роль відіграє Інтернет і зростання кількості його користувачів.

Інформація набуває дедалі більшого значення в усіх сферах діяльності людини. Її накопичення та ефективне використання стають ключовими чинниками успішного розвитку підприємств в умовах глобалізації. Завдяки цифровим технологіям і ефективним механізмам організації інформаційних потоків компанії отримують змогу оперативно обробляти дані, приймати обґрунтовані управлінські рішення та ефективно взаємодіяти з усіма зацікавленими сторонами, особливо в аспектах управління організаціями.

Разом із позитивними змінами, які цифровізація приносить у бізнес-середовище, окремі галузі демонструють потребу в додаткових інвестиціях та посиленні державного регулювання. В умовах економічних викликів, спричинених воєнним станом, актуальним постає вивчення особливостей функціонування підприємств і розробка стратегій, що базуються на повному й достовірному інформаційному забезпеченні управлінських процесів в електронному бізнесі.

Проблематика дослідження полягає в розкритті організаційних особливостей ефективного інформаційного супроводу діяльності підприємств, а також у визначенні основоположних принципів формування таких процесів.

Об’єкт дослідження – інформаційна інфраструктура підприємства та бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти організації

інформаційного забезпечення управлінських процесів.

Мета дипломної роботи – дослідити сучасні підходи до організації інформаційної інфраструктури підприємств і окреслити перспективи її розвитку в умовах поширення електронного бізнесу в цифровому суспільстві.

Відповідно до поставленої мети, у дипломній роботі визначено такі **завдання:**

- проаналізувати теоретичні основи інформаційного супроводу діяльності підприємств;
- з'ясувати особливості організації інформаційної діяльності на підприємствах;
- охарактеризувати засоби інтернет-комунікацій у контексті цифровізації управлінської інфраструктури;
- визначити перспективні напрями розвитку інформаційних систем і електронного бізнесу у виробничій сфері.

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Сучасний стан наукової розробки теми кваліфікаційної роботи

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрової економіки електронний бізнес набуває дедалі більшого значення, що зумовлює суттєві трансформації в організації бізнес-процесів. Процеси інформатизації та впровадження інноваційних технологій радикально змінюють засади функціонування економічної системи. Згідно з позицією багатьох дослідників, електронна комерція виступає фундаментом для формування електронного бізнесу на глобальному рівні. Активне зростання електронного бізнесу в останні роки, розширення спектра його форм, а також поява нових напрямів застосування інформаційних технологій викликають необхідність поглиблених наукових досліджень у цій сфері. Значна кількість фахових праць присвячена аналізу сутності електронного бізнесу, його класифікації, ролі та впливу на економічний розвиток, серед яких роботи У. Балика [1], М. Кизима [2], Л.Л. Лазебник і В.О. Войтенка [3], В. Висоцької [4], Д. Євтушенка [5] та інших авторів.

Серед актуальних проблем дослідження – удосконалення застосування інформаційно-комунікаційних технологій, організація інформаційного забезпечення діяльності підприємств і процесів управління. Ці аспекти привернули увагу як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Зокрема, деякі іноземні дослідники вивчали, як можливості управління інформаційною системою підприємства впливають на його конкурентоспроможність у контексті досягнення цілей сталого розвитку. Встановлено, що ефективне управління інформаційними системами справляє значний позитивний і прямий вплив на конкурентні переваги підприємства та підсилює досягнення цілей сталого розвитку. Крім того, спроможність фірм адаптуватися й реагувати на зміни посилює зв'язок між управлінням маркетинговими

інформаційними системами і результатами конкурентної діяльності [6].

Серед українських науковців варто відзначити дослідження Маслак О.І. та Коробкова І.В. [7], які розглядали інформаційне забезпечення управління крізь призму менеджерського підходу. Вони визначають інформаційне забезпечення як інструмент управлінського впливу, що забезпечує своєчасну доставку достовірної та актуальної інформації, необхідної для ефективної комунікації між керівниками та виконавцями.

Окремо слід звернути увагу на дослідження В. Рудницького та О. Рудницької [8], які зосередилися на інформаційному забезпеченні контролінгу в торгівельній сфері. Вони акцентували увагу на розробці управлінської звітності, зокрема щодо виконання бюджетів витрат у рамках основних бізнес-процесів, таких як закупівля, логістика, зберігання та реалізація товарів.

Попри значну кількість наукових напрацювань, проблематика організації та розвитку інформаційного забезпечення підприємств і електронного бізнесу, як в Україні, так і за її межами, залишається актуальною та потребує глибшого і більш системного дослідження.

1.2. Особливості організації інформаційної інфраструктури на підприємствах

Формування підприємництва як окремого виду людської діяльності тривало протягом кількох століть. Його унікальність полягає в можливості індивідуального виявлення та реалізації здібностей кожного учасника господарської діяльності. Підприємництво водночас виступає дієвим механізмом економічного зростання країни на основі впровадження інноваційних форм і методів господарювання. У процесі його розвитку відбувається підвищення ефективності економічних систем, що зумовлюється конкуренцією між суб’єктами ринку, обмеженістю ресурсів і зростаючими потребами суспільства. Визначення терміну «підприємництво» формувалося

протягом багатьох десятиліть і, попри вже наявні концепції, продовжує еволюціонувати у зв’язку зі змінами в сучасному світі. Значна частина економістів розкриває сутність цього явища через поняття «підприємець» як ключову фігуру підприємницької діяльності.

Розглядаючи первинні питання цієї теми, варто зазначити, що саме інформація є фундаментом для ухвалення будь-яких управлінських рішень. У цьому контексті доцільно визначити основні вимоги до управлінської інформації та уточнити значення понять «документ» і «документація» в системі інформаційного забезпечення менеджменту.

У нинішню епоху цифрових технологій ключовим чинником розвитку підприємств є ефективна інформаційна інфраструктура. Значний внесок у дослідження цього питання зробили відомі науковці, серед яких О. Волох, О. Довгань, А. Лапін, Д. Пілевич, О. Баранов, Л. Лазебник, В. Войтенко та інші. Кожен із них запропонував власну інтерпретацію поняття інформаційної інфраструктури.

Зокрема, О. Баранов визначає її як «сукупність систем виробництва та інформаційних послуг, виробництва засобів інформації та інформаційних технологій, накопичення й зберігання інформації, сервісного обслуговування інформаційних технологій, підготовки кадрів» [9].

Натомість, О. Довгань акцентує увагу на програмно-технічних аспектах, вважаючи, що інформаційна інфраструктура — це сукупність відповідного програмного забезпечення, засобів комунікації, механізмів управління інформаційними ресурсами, а також інституцій, що створюють і зберігають інформацію, забезпечують її правовий захист і протидіють загрозам інформаційній безпеці [10].

З погляду А. Лапіна, інформаційна інфраструктура підприємства — це складна система, яка інтегрує управлінські, технологічні, економічні та соціальні компоненти в єдину структуру [11, с. 90].

Ширше тлумачення пропонує Д. Пілевич, який трактує її як окремий елемент загальної інфраструктури об’єкта, що включає механізми створення,

обробки, зберігання, передачі, використання та захисту інформації. Ця система поєднує програмне забезпечення, технічні засоби, правила роботи з даними та сприяє підвищенню ефективності управління [12, с. 15].

На думку деяких фахівців, у загальному вигляді інформаційна інфраструктура, орієнтована на цифрове управління бізнес-процесами, створює середовище, що забезпечує ефективне функціонування всіх бізнес-процесів. Інформація про ці процеси зберігається, зокрема, в базах даних — ключових елементах інфраструктури, які стають основою для розробки стратегічних управлінських рішень у межах діяльності підприємства [3].

Варто зазначити, що термін «інформаційна інфраструктура» увійшов у науковий обіг відносно нещодавно — разом зі становленням інформаційного суспільства, тож єдиного підходу до його трактування поки не сформовано.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

2.1. Характеристика засобів інтернет-комунікацій та їх використання для вдосконалення управління підприємством

У сучасному суспільстві спостерігається активне впровадження інформаційних технологій і комп'ютерних комунікацій у всі сфери життєдіяльності. Зокрема, Інтернет як комунікаційний інструмент виступає одним із ключових елементів сучасного інформаційного середовища. Глобалізаційні процеси разом із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій створюють новий економічний простір, що змінює принципи функціонування підприємств та економіки загалом. Завдяки мережі Інтернет долаються традиційні бар'єри, пов'язані з географічним розташуванням виробників і постачальників товарів та послуг, що змінює уявлення про організацію бізнесу.

У прагненні знайти ідеальні канали комунікації, підприємства прагнуть охопити широку аудиторію. За таких умов зростає значення Інтернет-технологій у маркетинговій діяльності, адже їх впровадження дозволяє бізнесу адаптуватися до нових ринкових умов, підвищувати рівень конкурентоспроможності та ефективності функціонування. Інтернет сьогодні є не лише інструментом інформування, але й платформою для формування системи взаємодії між підприємством, споживачами та іншими учасниками зовнішнього середовища.

До основних складових комплексу Інтернет-просування належить:

– інтернет-реклама [15], реалізація якої передбачає два рівні: власний ресурс (корпоративний сайт, інтернет-магазин, промо-сайт тощо) та зовнішню рекламу (банери, e-mail-розсилки, оголошення, реєстрація у web-

каталогах);

– стимулювання збуту, що спрямоване на пряме заохочення споживачів придбати продукцію компанії, зокрема через акції, знижки, купони тощо, представлені в онлайн-просторі;

– PR (зв'язки з громадськістю) в Інтернеті, що відіграють важливу роль у створенні позитивного іміджу компанії, сприяючи економії ресурсів через відмову від друкованих матеріалів на користь електронного контенту [16].

Серед ключових переваг використання Інтернет-комунікацій виділяють:

- можливість точного охоплення цільової аудиторії завдяки тематичним сайтам, географічному таргетингу й часовій гнучкості (targeting);
- здатність аналізувати поведінку користувачів на сайті та вносити відповідні зміни (tracking);
- безперервний доступ до інформації для аудиторії;
- гнучкість у коригуванні або зміні комунікаційної стратегії;
- інтерактивність — можливість взаємодії користувача з продавцем та продуктом;
- відносно невисока вартість порівняно з традиційними засобами комунікації.

Головна мета Інтернет-комунікацій — забезпечення продажу товарів або послуг. Для цього необхідно чітко визначити цільову аудиторію та канали комунікації з нею. Оскільки більшість споживачів проводить значну частину часу в Інтернеті, саме через цей канал поширюється більшість маркетингових повідомлень. Інтернет-комунікації стають важливою складовою маркетингової діяльності підприємства, яке прагне до лідерства на ринку. Їх інноваційний характер полягає у раціональному використанні ресурсів і реалізації загальної маркетингової стратегії підприємства [16].

Ці інструменти сприяють швидкому й ефективному пошуку цільової аудиторії через посилання на сайтах та аналітику відвідувань. Успішне використання Інтернет-комунікацій потребує інвестування в інноваційні маркетингові стратегії, що дозволяють краще планувати як маркетингову, так

і загальну політику розвитку компанії. Інноваційна діяльність підприємства має ґрунтуватися на таких принципах: адаптивність, динамічність, інтегрованість, надмірність, невизначеність. У процесі реалізації інноваційної стратегії необхідно враховувати, що впровадження нових технологій або продуктів потребує адаптації, що іноді тимчасово негативно позначається на фінансових результатах.

У таких ситуаціях необхідне впровадження ефективних заходів, які забезпечують взаємодію між структурними підрозділами підприємства. Після цього постає питання вибору інноваційної стратегії:

– оборонна стратегія передбачає підтримку існуючих характеристик продукції з поступовим покращенням без радикальних змін;

– імітаційна стратегія полягає в копіюванні рішень лідерів ринку без прагнення до власного інноваційного лідерства.

Загалом стратегія інноваційного розвитку — це науково обґрунтований план стабільного розвитку компанії шляхом раціонального використання ресурсів. Її формування має враховувати загальну стратегію підприємства, допустимий рівень ризику та готовність ринку до змін.

Перехід до ринкової економіки формує основу програм соціально-економічного розвитку багатьох держав. Проте активний розвиток електронної торгівлі та бізнесу супроводжується низкою юридичних викликів, зокрема щодо нормативного забезпечення цієї діяльності [16].

Серед різноманітних засобів організаційної комунікації важливо обрати ті, що інтегруються у систему управління командною роботою, дозволяючи економити час та синхронізувати всі бізнес-процеси. У цьому контексті Worksection є оптимальним інструментом як для проєктного управління, так і для внутрішньої комунікації.

На сьогодні комунікацію визнають одним із ключових елементів управління підприємством. Маркетингові комунікації в цьому контексті розглядаються як комплекс методів і засобів передачі інформації для впливу на цільову аудиторію з метою досягнення маркетингових цілей [17].

Деякі фахівці ототожнюють поняття маркетингових комунікацій і просування продукції. Частина дослідників розглядає просування як одностороннє інформування споживача про товари компанії, тоді як інші вважають маркетингові комунікації більш широким поняттям, що охоплює рекламу, стимулювання збуту, PR, особисті продажі та прямий маркетинг [16, 17].

Таким чином, можна стверджувати, що маркетингові комунікації орієнтовані на двосторонній зв'язок між компанією і клієнтом, тоді як поняття «просування» є ширшим і включає використання всіх інструментів маркетингового комплексу. Відповідно, у даній роботі ці терміни використовуються як синоніми.

2.2. Інформаційні технології та сервіси в умовах цифровізації інфраструктури управління підприємством. Перспективи розвитку.

Інформаційні системи поділяються за функціональним призначенням та рівнем управління. Структура такої системи розглядається як сукупність функціональних підсистем, тому класифікація здійснюється за функціональною ознакою. У діяльності виробничих і комерційних організацій основними напрямами, що формують ознаку класифікації інформаційних систем, є: виробництво, маркетинг, фінанси, управління персоналом.

Виробнича діяльність пов'язана з виготовленням продукції та впровадженням науково-технічних інновацій у виробничий процес. Маркетингова функція включає дослідження ринку виробників і споживачів продукції, аналіз збуту, організацію рекламних кампаній для просування товарів, а також оптимізацію матеріально-технічного забезпечення.

Ці напрямки формують типові види інформаційних систем: виробничі, маркетингові, фінансові, кадрові, а також допоміжні системи, які залежать від характеру діяльності підприємства [23].

У великих компаніях інформаційна система може включати низку підсистем, що реалізують окремі функції. Наприклад, виробнича система може мати підсистеми для управління запасами чи технологічним процесом. Комп'ютерна інформаційна система являє собою багатокомпонентну структуру з апаратно-програмних засобів, бази даних та комунікаційних засобів для збору, передачі й обробки інформації. Автоматизовані системи функціонують під контролем людини та проходять кілька етапів — від проєктування до списання. Особливу роль на підприємствах відіграє документування: необхідно приймати зовнішні документи, підготовлювати внутрішні документи, реєструвати їх, передавати, контролювати виконання та архівувати [23].

Автоматизація документообігу на підприємстві передбачає:

- електронну реєстрацію документів через картки;
- надсилання карток користувачам електронною поштою;
- пошук, перегляд, редагування карток і текстів згідно з правами доступу;
- контроль виконання документів;
- передання документів до архіву [24].

Перехід до ринкових механізмів є ключовою умовою соціально-економічного розвитку багатьох країн. Разом із цим, активізація електронної комерції й бізнесу вимагає врегулювання юридичних аспектів такої діяльності [25].

В Україні спостерігаються такі перспективні напрями розвитку електронного бізнесу:

- популяризація персональних брендів. Покупці дедалі частіше обирають товари, пов'язані з конкретними людьми, а не компаніями;
- зростання зручності покупок через гаджети. Мобільні додатки, соціальні мережі, месенджери й інші пристрої спрощують процес придбання товарів. Популярні сервіси, як-от Google Shopping, Facebook Marketplace, Checkout, Instagram, пришвидшують покупки, а «розумні пристрої»

автоматично визначають потребу в певних товарах [25];

•розвиток покупок за підпискою. Subscription shopping — це придбання популярних товарів на регулярній основі. Сюди входять продукти харчування, корм для тварин, товари повсякденного вжитку. Така модель зручна для зайнятих людей та старшого покоління [25];

•оптимізація логістики через фулфілмент. Fulfillment-сервіси забезпечують повний цикл — від обробки замовлень до повернення товарів. Особливо актуальною є автоматизація таких процесів;

•використання нових інструментів і технологій. Електронний рітейл все більше потребує інновацій: порівняння товарів, персоналізована реклама, рейтинг продавців, управління запасами через цифрові інструменти та розширення каналів збуту [23].

Зазначені напрями вимагають інтеграції цифрового маркетингу, адаптації стратегій підприємств та перегляду підходів до комерційної діяльності в цілому.

Цифровізація суспільства спричиняє трансформацію електронного бізнесу. Сучасні виклики змушують підприємства оновлювати свої моделі розвитку. Серед ключових технологій, що визначають майбутнє бізнесу, слід виокремити:

•хмарні технології, які забезпечують ефективне зберігання й обробку даних, знижують витрати. Прогнозується щорічне зростання ринку хмарних послуг на 20%, а витрати на публічні сервіси мають подвоїтись [18];

•технологія блокчейн, що сприяє підвищенню прозорості взаємодії між учасниками ринку. 11% компаній уже застосовують блокчейн, ще 75% — вивчають можливості його впровадження [19];

•розумні контракти, що передбачають автоматизацію договорів на базі блокчейну, а це зменшує витрати та мінімізує ризик шахрайства [21];

•штучний інтелект використовується для аналітики, автоматизації, взаємодії з клієнтами, генерації рекомендацій, сегментування аудиторії та підвищення лояльності. Чат-боти відповідають швидше за людей, а також

прогнозують попит [21];

•роботизація, дозволяє автоматизувати виробництво, зменшити витрати на персонал та, водночас, підвищити продуктивність;

•кібербезпека набуває значення, оскільки через зростання загроз компанії зобов’язані інвестувати в захист даних, що стимулює розвиток нових захисних технологій [22];

•віддалена робота та використання цифрових інструментів дозволяє компаніям ефективно керувати командами дистанційно, знижуючи витрати на офісні приміщення та відкриваючи доступ до глобального ринку праці.

Отже, незважаючи на наявність ризиків і викликів, електронний бізнес є перспективною сферою. Подальше зростання IT-сектору базується на появі нових технологій обробки інформації, які визначають рівень розвитку інформаційної інфраструктури.

Підвищення ефективності управління тісно пов’язане з удосконаленням форм і методів на основі досягнень науково-технічного прогресу. Важливою складовою є створення якісного інформаційного контенту, особливо національними мовами, і впровадження цифрових послуг у повсякденне життя. Становлення інформаційного середовища часто забезпечувалося бізнесом, а не державою, хоча саме попередня політика створила правову та культурну базу.

У сучасному глобалізованому світі інформаційні технології дозволяють компаніям працювати з партнерами по всьому світу. Інформація стає ключовим ресурсом поряд із сировиною, енергією та капіталом. Вона перетворюється на масовий та цінний продукт цивілізації. Технології, як-от експертні системи та штучний інтелект, стають новими продуктивними силами, здатними вирішувати принципово нові завдання.

ВИСНОВКИ

У межах дослідження здійснено аналіз сучасного рівня наукового опрацювання теми. Окреслено й деталізовано особливості організації інформаційного забезпечення функціонування підприємств. Встановлено, що дедалі більше підприємств із різних секторів економіки активно впроваджують інформаційно-комунікаційні технології, використовуючи їх у різних аспектах своєї діяльності.

Особливу увагу приділено ключовим підходам до формування інформаційного супроводу підприємств, який ґрунтується на функціонуванні інформаційної інфраструктури. Остання є комплексом програмно-технічних засобів, організаційних структур та нормативної бази, що забезпечують ефективну взаємодію інформаційних потоків, створення нової інформації, а також інтеграцію підприємства в загальнонаціональний інформаційний простір. Інформаційна інфраструктура підприємства виступає системним елементом, що об'єднує управлінські, технологічні, економічні та соціальні складові. Підкреслено, що вона формує основу для надання підприємством послуг у цифровому середовищі та взаємодії з зовнішнім інформаційним середовищем.

До основних компонентів такої інфраструктури належать: інформаційні ресурси, автоматизовані інформаційні системи, засоби комунікації, системи підтримки функціонування інформаційного середовища та відповідні кадрові ресурси.

На підставі проведеного аналізу зроблено висновок, що ефективна організація інформаційного забезпечення виробничих процесів є важливою умовою сталого розвитку електронного бізнесу. Для досягнення успіху в цифровому просторі підприємства мають впроваджувати сучасні технології взаємодії з клієнтами, які базуються на попередньо накопиченому досвіді, раціональних бізнес-моделях та розвиненій інфраструктурі обслуговування

бізнес-процесів.

Також окреслено переваги застосування цифрових технологій в інтернет-комунікаціях, зокрема їх здатність забезпечувати прогнозування попиту та аналіз споживчих потреб. Володіння такими інструментами значно підвищує конкурентоспроможність підприємств, що функціонують в онлайн-середовищі. Для зберігання, обробки та ефективного використання інформації на підприємствах доцільним є використання баз даних і сучасних інформаційних систем.

Таким чином, інформаційна інфраструктура є критично важливим елементом сучасного підприємства, який забезпечує не лише оперативність і точність управлінських процесів, а й відкриває нові можливості для розвитку електронного бізнесу в умовах цифрового суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балик У. О., Колісник У. О. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Логістика. 2014. № 811. С. 11–19.

2. Кизим М. Перспективи розвитку інформаційно-комунікаційних технологій і штучного інтелекту в економіках країн світу та України : монографія / М. Кизим, Ю. Матюшенко, І. Шостак. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2012. 492 с.

3. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О, Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf

4. . Висоцька В. А., Нога А. Ю., Козлов П. Ю. Управління Web-проектами електронногобізнесу для реалізації комерційного контенту. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”:Інформаційні системи та мережі. 2015. № 814. С. 421–434.

5. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, Інтернет-торгівля: сутність тавзаємозв’язок понять. БізнесІнформ. 2014. № 8. С.184–188.

6. Rahman M. S., Hossain M. A., Chowdhury A. H. and Hoque M.T. Role of enterprise information system management in enhancing firms competitive performance towards achieving SDGs during and after COVID-19pandemic. Journal of Enterprise Information Management. 2022. Vol. 35. № 1, pp. 214–236. DOI: https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2021-0163

7. Маслак О. І., Коробкова І. В. Інформаційне забезпечення процесу управління стратегічною стійкістюпідприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 4. С. 23–25.

8. Рудницький В., Рудницька О. Форми звітності управлінського обліку за основними бізнес-процесами підприємств торгівлі // Вісник Тернопільсько-го національного економічного університету. 2019. Вип. 2. С. 134-144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2019_2_14

9. Баранов А. А. Інформаційна інфраструктура: проблеми регулювання діяльності. Київ : ТОВ «Видавничий дім Бураго», 2012. 352 с.

10. Довгань О. Д. Сучасна інформаційна інфраструктура України і основні завдання щодо її захисту // Юридична наука. 2015. № 7. С. 64–73.

11. Лапін А. В. Інформаційна інфраструктура вертикально інтегрованих підприємств // Вісн. ЖНАЕУ. 2015. № 1 (48). Т. 2. С. 89–97.

12. Пілевич Д.С. Теоретичне обґрунтування сутності інформаційної інфраструктури та її роль у розвитку економічних систем // Проблеми і перспективи економіки та управління. 2017. № 3(11). С. 12–19.

13. Blockchain technology market share forecast worldwide in 2021, by use case. Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/982566/worldwide-top-use-cases-blockchain-technology-by-market-share

14. Rahman M. S., Hossain M. A., Chowdhury A. H. and Hoque M.T. Role of enterprise information system management in enhancing firms competitive performance towards achieving SDGs during and after COVID-19pandemic. Journal of Enterprise Information Management. 2022. Vol. 35. № 1, pp. 214–236. DOI: https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2021-0163

15. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в Інтернет: аналітичний огляд. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/909c2524-e11a-4a4d-b2bf-a291067ac7ed/content

16. Булгакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку // Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2017. № 13. Ч.1.С. 31–36.

17. Мисик В. М. Концептуальна модель побудови і використання івентменеджменту в управлінні підприємством // Вісник Національного

університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2020. Вип. 2(1). С. 29–36.

18. Світові витрати на хмарні сервіси досягнуть 500 млрд. долларів в 2013 році. URL: https://denovo.ua/blog/svitovi-vitrati-na-hmarni-servisi-dosyagnut-500-mlrd-dolariv-62

19. Blockchain technology market share forecast worldwide in 2021, by use case. Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/982566/worldwide-top-use-cases-blockchain-technology-by-market-share

20. Тронь С. Як хмарні сервіси «розвантажують» IT та прискорюють цифрову трансформацію. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2021/09/6/677532/

21. Штучний інтелект для бізнесу: які завдання здатен вирішувати та в яких галузях допомагає. URL: https://mind.ua/publications/20254126-shtuchnij-intelekt-dlya-biznesu-yaki-zavdannya-zdaten-virishuvati-ta-v-yakih-galuzyah-dopomagae

22. Гринько П.Л. Цифрова трансформація бізнесу в умовах розвитку інноваційних процесів в Україні // БІЗНЕСІНФОРМ. 2020. № 3 (506). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrova-transformatsiya-biznesu-v-umovah-rozvitku-innovatsiynih-protsesiv-v-ukrayini

23. Інформаційні системи управління підприємством. Менеджмент: навчальні матеріали. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/management/13930/

24. Вороная Н. Організація документообігу на підприємстві // Податки&Бухоблік. 2016. №102. С. 53–60. URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/december/issue-102/article-24077.html

25. Пічкурова З.В. Світова практика державної підтримки малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19 // Науковий економічний журнал «Інтелект XXI». Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2020. № 6. С. 85–91.