

# ПРОГРАМНИЙ МОДУЛЬ ОБЛІКУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ЗАДАЧІ ЗАКУПІВЛІ КВІТІВ

<sup>1</sup>Вінницький національний технічний університет

## **Анотація**

*Успішна діяльність компанії у сфері продажу вимагає здійснення такої управлінської функції як прогнозування. Досліджується проблема створення програмного продукту для полегшення контролю особистих фінансів під час закупівлі квітів. Визначаються напрямки та підходи до проектування та розробки нового програмного модуля для ефективного обліку особистих фінансів, що дозволить оптимізувати рівень витрат на основі статистичних даних цін на товари в інтернет-магазинах.*

**Ключові слова:** збір інформації, особисті фінанси, інтернет-магазин.

## **Abstract**

*The successful operation of companies in the field of sales requires the implementation of such a management function as forecasting. Directions and approaches to the design and development of a new software module for effective accounting of personal finances are identified, which will optimize the level of costs based on statistical data on prices for goods in online stores.*

**Keywords:** data mining, personal finances, web-shop.

## **Вступ**

Результатом прогнозування є розроблений прогноз продажу на майбутній період. Отже, прогнозування це процес передбачення величини продажу на перспективу, а прогноз – це кількісний результат цього процесу. [1]. В сьогодення, з появою компактних технологій і величезної кількості інформації в цифровому просторі почали набирати популярність мобільні додатки, які виконують велику частину функцій економії та прогнозування з мінімальною участю користувача [2].

Метою роботи є визначення напрямків та підходів до проектування та розробки нового програмного модуля для ефективного обліку фінансів, що дозволить оптимізувати рівень витрат при закупівлі квітів.

## **Результат досліджень**

Використовуючи мережу інтернет мобільні додатки мають можливість слідкувати за цінами і представляти користувачам прогнозування закупівлі квітів[3].

Для прогнозування кількості закупівлі використовують алгоритми засновані на основних методах прогнозу.

Серед якісних методів прогнозування одним із основних є експертний методи. Його результативність в значній мірі залежить від обґрунтованого формування групи експертів. Ними можуть бути співробітники власної компанії, що мають досвід в збутовій діяльності, сторонні спеціалісти, які працюють у цій сфері, керівні працівники із фірми клієнта, що займаються питаннями закупівлі товарів. Метод прогнозування з використанням ковзних середніх величин є досить поширеним через його простоту. При цьому методі прогнозована величина продажу в майбутньому періоді дорівнюватиме його середньому обсягові за минулі роки. Об'єктом дослідження є процес збору і представлення даних баз мережі інтернет. Предметом дослідження є програмне забезпечення для збору і організації інформації з мережі інтернет.

Для вирішення даної проблеми запропоновано розробити програмний додаток, який буде автоматично, або на вимогу користувача збирати інформацію із оптових сайтів продажу квітів [3]. Програмний додаток має організувати зібрану інформацію в читабельний вигляд, а також допомагати планувати закупівлю наперед.

Програмний додаток буде досягати доречності в роботі за рахунок частого оновлення списку , а також можливості фільтрування товарів за магазином, в якому найдешевша закупівля. Також за можливості буде відображатись прогноз на обсяг продажу квітів на місяць, в залежності від різних факторів впливу [2, 3].

Інформація необхідна для роботи мобільного додатку збиратися із веб-сайтів магазинів і оброблятися на клієнтській стороні, впорядковуючи, представляючи і, при потребі, фільтруючи представлену інформацію за обраними користувачем критеріями [3].

### Висновки

Згідно з проведеними дослідженнями встановлено, що програмний продукт в розробці дозволить вирішити поставлену задачу. Використання додатку може спростити планування закупівлі квітів. Отже, подальша розробка програмного продукту вважається актуальною.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Спіфанова І. Ю., Джеджула В.В. Основи ведення сучасного бізнесу//Практикум, Вінниця, 2011р.
2. Методи прогнозування продажу [Електронний ресурс] – Режим доступу:[newground.ru>upriod/vensel/doki/r5-p2-3.doc](http://newground.ru>upriod/vensel/doki/r5-p2-3.doc)
3. Price Collection [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/download/cpi/ch6.pdf>
4. Спіро Розанн,Стентон Уільям, Рич Трегорі. Управління продажем. – М.:Видавничий дім Гребеннікова, 2007

*Климчук Анастасія Михайлівна* – студентка групи ІКН-17б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: [anastasi.klimchuk@gmail.com](mailto:anastasi.klimchuk@gmail.com)

Науковий керівник: *Озеранський Володимир Сергійович* – кандидат технічних наук, старший викладач, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [ozersky@ukr.net](mailto:ozersky@ukr.net)

*Klymchuk Anastasi M.* – Department of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [anastasi.klimchuk@gmail.com](mailto:anastasi.klimchuk@gmail.com)

Supervisor: Ozeransky Volodymyr S. — Ph.D., senior lecturer, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: [ozersky@ukr.net](mailto:ozersky@ukr.net)