

Як результат, заклад вищої освіти впроваджує нові освітні програми, курси підвищення кваліфікації, покращує умови навчання, насичує студентське життя та займається іншими методами заохочення покупців освітніх послуг. Таким чином, здійснюючи зміни у функціонуванні організації під впливом екзогенних факторів управління маркетинговим потенціалом, організація акумулює усі ресурси та потенційні можливості для досягнення власних цілей. Зміни, що вже відбулися у закладі вищої освіти, доносяться до цільової аудиторії, і на цьому етапі управління вкрай важливо «оцифровувати» вихідну інформацію. Тобто, дані повинні дійти до покупців освітніх послуг у точних цифрах і фактах, адже людська свідомість найкраще сприймає інформацію виражену у вартісних або натуральних показниках та довіряє їй. Так, потенційного абітурієнта може зацікавити не вислів «Ми найкращі на ринку освітніх послуг!», а кількість випускників, що вдало працевлаштувалися, кількість додаткових програм, що можливо освоїти паралельно з навчальним процесом, кількість гуртожитків та їх адреса, кількість студентів, що відряджалися за кордон на практику та інше. Таким чином, створюється інформаційне поле (Рис. 1) з кількісним вираженням результатів діяльності освітньої установи, позитивним результатом якого є якісна характеристика функціонування закладу.

У контексті вищезазначеного зробимо такий висновок: управління маркетинговим потенціалом здійснюється за допомогою інформації і завдяки її формуванню; позитивне інформаційне поле створює передумови для посилення конкурентоспроможних позицій; процес управління інформаційними потоками є невід'ємною частиною управління маркетинговим потенціалом; інформація є підґрунтям, результатом та засобом управління маркетинговим потенціалом вищого навчального закладу.



*Стихи Людмила, доктор економіки, конференціар, кафедра менеджмента,
Економическая Академия Республики Молдова, Кишинёв*

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В НАПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ «ЗЕЛЕННОЙ» ЭКОНОМИКИ

В последние годы охрана окружающей среды стала глобальным приоритетом, а каждое государство обязано развить собственную законодательную и исполнительную систему по охране окружающей среды и обеспечению устойчивого развития. В Республике Молдова, Постановлением Правительства № 160 от 21.02.2018 была утверждена **Программа по продвижению «зеленой» экономики в Республике Молдова на 2018 – 2020 годы и План действий по ее внедрению**. В Плате действий по внедрению Программы по продвижению «зеленой» экономики в Республике Молдова на 2018 – 2020 годы обозначены 11 конкретных целей, которые предстоит осуществить. По большому счету ответственность за каждую из целей возложена на министерства и публичные учреждения. Организации по развитию сектора малых и средних предприятий (ОРМСП) поручено выполнить Цель 3: *Обеспечение к 2020 году экологизации приблизительно 30 % малых и средних предприятий посредством надлежащей поддержки внедрения принципов «зеленой» экономики*. В Республике Молдова сектор МСП охватывает 98,7 % общего числа предприятий, в том числе семейный бизнес. Хотя в Республике Молдова концепт семейного бизнеса не определен на законодательном уровне, к семейному бизнесу можно отнести такие виды деятельности как частный предприниматель и крестьянские (фермерские) хозяйства. В соответствии со статистическими данными, в 2017 году в стране осуществляли деятельность около 55 690 частных предпринимателей [1] и около 3 215 крестьянских (фермерских) хозяйств с площадью сельхозугодий в 10 га и более в 2016 году [2]. В настоящее время сегмент семейного бизнеса можно обозначить преимущественно на базе этих двух форм предпринимательской деятельности.

Проблема экологизации МСП в Республике Молдова обсуждалась долгое время. По инициативе Европейской комиссии «Экологизация экономик в странах Восточного соседства»

(EaP GREEN) в 2014 году Национальный институт экономических исследований Молдовы (НИЭИ) провел опрос «Продвижение улучшения экологической эффективности МСП», в рамках которого были опрошены 400 компаний. К основным выводам данного исследования относятся следующие: малые и средние предприятия в Молдове недостаточно проинформированы о воздействии, которое они оказывают на окружающую среду, и не понимают в полной мере, что экологизация бизнеса способна принести им преимущества в плане конкурентоспособности; информацию относительно требований в плане охраны окружающей среды они получают непосредственно у экологических инспекторов во время их посещений (60 %); Большинство компаний-респондентов (63 %) не использует системы экологического менеджмента или же экологические стандарты; отсутствие финансовых ресурсов (32,8 %); затратность мер по защите окружающей среды (24,3 %); Сложность административных процедур (28,0 %); Отсутствие специфических природоохранных навыков (12,5 %) [3].

Чтобы решить проблему отсутствия или недостаточности информации относительно окружающей среды и обеспечения устойчивого развития в 2018 году нами было произведено исследование «Степень восприятия принципов «зеленой» экономики малыми и средними предприятиями». Его цель заключалась в изучении уровня информированности и знаний МСП насчет принципов «зеленой» экономики, а также в выявлении действий, которые надлежит осуществить организациям по оказанию поддержки, для того чтобы повысить степень информированности и восприятия малыми и средними предприятиями, и в частности представителей семейного бизнеса, необходимости охраны окружающей среды. Почему семейного бизнеса, потому что их видение бизнеса ориентировано на более долгосрочный период (что соответствует и принципам зеленой экономики), они в большей степени ориентированы на создание и консолидацию имиджа компании, также эти фирмы более социально направленные, чем несемейный бизнес.

Основные результаты и выводы данного исследования, следующие:

1. Для 54 % из респондентов не известно понятие «зеленая» экономика», а остальные 46 % респондентов, только слышали о таком понятии;

2. Респонденты, заявившие что им известно понятие «зеленая» экономика», обозначили, что оно относится к: охране окружающей среды – 12.7 %; эффективному использованию природных ресурсов – 9.5 %; как можно более экологичному осуществлению хозяйственной деятельности – 9,5 %;

3. Относительно ответственности за охрану окружающей среды в их населенном пункте, 71 % респондентов назвали мэрию, 66,6 % указали местных жителей и 63,5 % считают, что ответственность за охрану окружающей среды в их населенном пункте несет Государственная экологическая инспекция [Каждый респондент мог выбрать не более трех вариантов ответа]. Только 41 % респондентов заявили, что предприятия, осуществляющие деятельность в их населенном пункте, должны нести ответственность за охрану окружающей среды;

4. Такое ошибочное восприятие малых и средних предприятий о своем участии в охране окружающей среды объясняется ими же двумя основными причинами: отсутствием информации о системе экологического менеджмента и недостатком финансовых ресурсов;

5. По мнению респондентов, к трем главным преимуществам компании, которая внедряет принципы «зеленой» экономики, относятся: улучшение качества выпускаемой продукции, повышение имиджа предприятия и возможность экспортировать продукцию в большее количество стран.

6. Почти все респонденты полагают, что им необходимы дополнительные знания относительно «зеленой» экономики. К главным направлениям, в которых респондентам хочется получить больше знаний насчет «зеленой» экономики, относятся: существующие программы поддержки, подробности относительно принципов «зеленой» экономики, стандарты, которые следует соблюдать, и методы внедрения принципов «зеленой» экономики.

7. Наиболее эффективными методами информирования предпринимателей относительно «зеленой» экономики, по мнению респондентов, являются: семинары или круглые

стола, рекламні ролики по ТБ і передачі, веб-сторінки відповідальних установ і соціальні мережі, а також освітні заходи в даній області.

Висновки. Вивчив результати дослідження, проведеного в 2014 році НІЕІ, і результати даного дослідження, проведеного в 2018 році, ми прийшли до висновку, що ступінь інформованості і сприйняття принципів «зеленої» економіки малими і середніми підприємствами **не відзначилася позитивною динамікою**. В цілях пропаганди і підвищення рівня розуміння і знань принципів зеленої економіки необхідний комплексний підхід. Масове інформування МСП, місцевих органів влади і населення про принципи «зеленої» економіки повинно стати для профільних установ одним з негайних пріоритетів. Також необхідно групувати інформацію і розробляти цілеспрямовані повідомлення в залежності від цільової групи і видів діяльності. Для більш ефективного результату необхідно комбінувати різні методи інформування, як дистанційного, так і міжособистісного, і збільшити доступність інформації до цільових груп.

Список используемой литературы:

1. Государственная регистрационная палата. URL: <http://www.cis.gov.md/statistica#a>
2. Сельскохозяйственная деятельность мелких сельхозпроизводителей в Республике Молдова в 2016 году (результаты статистического обследования). URL: http://www.statistica.md/public/files/publicatii_electronice/Activitatea_agricola/Activitatea_agricola_2017.pdf
3. Новак Александра. Проект «Содействие улучшению экологических показателей малых и средних предприятий (МСП)». URL: https://ince.md/ro/relatii_internationale/proiecte_internationale/402-proiectul-promovarea-mbuntirii-performanei-de-mediu-a-ntreprinderilor-mici-i-mijlocii-imm.html



*Філінішин І. В., д-р екон. наук, доцент,
Гулий Д. В.*

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Більшість компаній має серйозні проблеми інтегрованого використання даних кінцевими користувачами, оскільки застосовують різноманітні інструментальні засоби підготовки, обробки і перетворення інформації: Excel, Access, текстові редактори, графічні додатки та інші. Окремі дані формуються за допомогою однієї платформи, але їх споживання відбуватиметься на інших. Для цього часто користувач змушений обробляти їх вручну, застосовуючи, зокрема, агрегатні формули або звітні таблиці Excel. Оскільки послідовність дій під час обробки кожного з джерел може відрізнятися, то процес перетворення даних стає дедалі вкрай трудомістким і кожного разу вимагає уважного аналізу даних для подальшого їх перетворення.

Виконання рутинної роботи негативно впливає на продуктивність роботи співробітників, оскільки така робота дуже втомлює фахівців, які, до речі, мають спеціальні знання в галузі інформаційних технологій, і так демотивує їх у процесі виконання своїх функціональних обов'язків. Непродуктивні процеси, у свою чергу, розчаровують вище керівництво, яке в умовах відсутності доступу до оперативної інформації не здатне ухвалити ефективні бізнес-рішення. Підприємства не можуть дозволити собі продовжувати роботу в додатках, які не пов'язані або занадто складні для трансформації інформації з однієї платформи на іншу.