

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 особистого, 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](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](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.

Рішенням проблеми може стати використання методів і інструментів Business Intelligence, які забезпечуватимуть перетворення оперативної ділової інформації в стандартизовану форму, придатну для сумісної роботи з неї і подальшого бізнес-аналізу.

Термін «Business Intelligence» вперше був введений в 1958 році Хансом Пітером Луном – дослідником з IBM. Він визначив цей термін так: «Здатність виявляти зв'язки між представленими фактами, які дозволять направляти дії для досягнення поставленої мети» [1].

У сучасній літературі акцент зміщений в сторону практичного застосування інформаційних технологій Business Intelligence на підприємствах, тому за допомогою вказаного терміну позначають спеціальні комп'ютерні методи та інструменти для організацій, що забезпечують перетворення сирової (різнорідної) ділової інформації в форму, придатну для бізнес-аналізу, а також засоби для масової роботи з такою обробленою інформацією. Часто додатки Business Intelligence позиціонують як інформаційну систему керівника (executive information systems, EIS) або систему підтримки прийняття рішень (decision support systems, DSS) і навіть систему бізнес-інтелекту.

Аналітична компанія Gartner опублікувала магічний квадрант платформ систем бізнес-аналітики. За її даними у лютому 2018 року залишили конкурентів далеко позаду і стали лідерами – Microsoft, Qlik і Tableau.

Особливим є прогрес Microsoft, рішення якого Power BI, засноване на хмарних обчисленнях, машинному навчанні і голосовому інтерфейсі Cortana, що виявилось досить потужним і простим для користувачів[2]. Наприклад, Power BI має безліч вбудованих конекторів до різних сервісів і баз даних. На сьогодні доступні конектори умовно можна розподілити на чотири групи.

1 Група «Файл»: Excel; CSV; XML; текст; JSON; Папка;

2 Група «База даних»: SQL Server; Access; SQL Server Analysis Service; Oracle; IBM DB2; MySQL; PostgreSQL; Sybase; Teradata; SAP HANA;

3 Група «Azure»: База даних Microsoft Azure SQL; Microsoft Azure Marketplace; Microsoft Azure HDInsight; Сховище BLOB-об'єктів; Табличне сховище Microsoft Azure; Azure HDInsight Spark; Microsoft Azure DocumentDB;

4 Група «Інше»: Інтернет; Список SharePoint; Файл Hadoop; Active Directory; Dynamics CRM online; Facebook; Google Analytics; Об'єкти Salesforce; Звіти Salesforce; ODBC; R-скрипт; GitHub; MailChimp; Marketo; SQL Sentry; Порожній запит.

Вони забезпечують швидке завантаження потрібних наборів даних з різних джерел, формування між ними необхідних зв'язків і побудову консолідованої звітності і діаграм.

Такий підхід до побудови інтегрованої інформаційної системи підприємства дозволяє встановити реляційні зв'язки між первісно неструктурованими даними і застосувати потужний механізм математичних обчислень, який робить бізнес-моделювання даних більш швидким і розумним. Це означає, що кінцеві користувачі працюватимуть вже з попередньо опрацьованою інформацією і оперуватимуть даними, агрегованими на більш високий рівень. Це не тільки вивільняє їх від рутинної праці, мотивуючи виконувати більш інтелектуальні завдання, але і значно збільшує якість і швидкість отримання очікуваних звітів діяльності підприємства.

Таким чином, підприємства, що активно використовують у своїй діяльності технології Business Intelligence, зможуть отримати додаткові конкурентні переваги і значно змістити свої позиції на ринку. Цим вищезазначені проблеми пояснюють актуальність теми.

У результаті проведеного дослідження, відповідно до поставленої мети, були відібрані та розглянуті тематична література та електронні джерела, визначені основні поняття і компоненти сучасних інформаційних технологій. Так поняття «інформаційна технологія» – це структурована певним чином інформація, що наділена такими властивостями: доцільність, наявність компонентів і структури, взаємодія із зовнішнім середовищем, цілісність, розвиток у часі.

Досліджено склад інформаційних процесів і роль інформаційних технологій у процесах перетворення інформації, розглянуті сучасні підходи та інструменти аналізу даних. З'ясовано,

що інформаційні технології беруть участь в процесах перетворення інформації і для цього використовують різні методи збирання, обробки, зберігання, поширення, показу і використання інформації в інтересах її користувачів. Методи аналізу інформації сильно залежать від джерела та форми.

Для забезпечення швидкого і якісного застосування інформаційних технологій необхідно віддавати перевагу автоматизованій обробці даних. Для цього необхідно підібрати найбільш оптимальні інструменти підтримки інформаційних процесів. Використання автоматизованих аналітичних сервісів дозволяє сформувати оптимальну стратегію бізнесу і збільшити конверсії пропонованої продукції. Для цього можна використати інструменти Business Intelligence, що в ході виконання бізнес-процесу оперативно вирішують завдання агрегації, інтеграції та інтерпретації даних з різномірних джерел з метою перетворити їх в зручну для прийняття рішень інформацію.

#### **Список використаних джерел:**

1. Luhn H. P. A Business Intelligence System. IBM Journal. October, 1958.
2. Gartner magic quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms. Sisense, 2018.  
URL: [www.sisense.com/gartner-magic-quadrant-business-intelligence](http://www.sisense.com/gartner-magic-quadrant-business-intelligence).



*Щербіна О. С., канд. екон. наук,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

### **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Асиметрія інформації є однією з ключових економічних концепцій і пов'язана з тим, що у процесі ринкової взаємодії одна зі сторін володіє більшою інформацією, ніж інша.

Вперше властивість асиметрії інформації була окреслена в працях К. Ерроу, а фундаментально проаналізована в роботах Нобелівських лауреатів з економіки Дж. Акерлофа, М. Спенса та Дж. Стігліца.

Асиметрією інформації є нерівномірний розподіл між учасниками ринку інформації про умови здійснення ринкової угоди та наміри один одного. Завдяки їй один учасник угоди може зловживати непоінформованістю контрагента. Подібні ситуації характерні для багатьох сфер у бізнесі, зокрема для страхування, кредитування, продажу товарів та послуг, якість яких складно оцінити до покупки. [1]

Під час розгляду ринкових транзакцій неоднаковість інформаційної насиченості може призводити до переваг однієї сторони над іншою через брак в останньої повної інформації про предмет транзакції. На ринках товарів продавець знає, як правило, більше про товар, ніж покупець. На ринках кредитних ресурсів кредитор часто не повністю проінформований щодо цілей позичальника та його фінансового стану. У процесі взаємодії інвесторів та емітентів на фондовому ринку асиметрія інформації виникає у результаті нерівномірного доступу до інформації різних учасників ринку. Наприклад, емітенти цінних паперів, як правило, володіють більшою інформацією, ніж інвестор, який розглядає можливість їх купівлі. Професійні учасники ринку (брокери, дилери та ін.) також більш поінформовані, ніж звичайні інвестори, що ставить їх у вигідне становище.

Інформаційна асиметрія тою чи іншою мірою присутня на всіх ринках. На предмет інформаційної асиметрії найкраще вивчені ринки праці, медичних послуг, страхування, і особливо фондові ринки, насамперед через найбільшу доступність повноцінної інформації про стан ринку. У той же час деякі ринки є недостатньо дослідженими.