

## Бізнес-аналітика в умовах асиметричності інформації

**Віта Андрєєва,**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та фінансів,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: AndriievaVA@krok.edu.ua,  
ORCID: 0000-0002-6357-3063*

**Антон Бугорський,**

*аспірант кафедри економіки та фінансів,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,  
e-mail: Buhorskyi@krok.edu.ua,  
ORCID: 0009-0009-5374-4277*

У роботі досліджено інформацію як ключовий ресурс, асиметричність розподілу якого створює унікальні виклики та можливості для підприємців. Виокремлено наявні підходи до бізнес-аналітики в умовах нерівномірного доступу до інформації. Проаналізовано виклики асиметричності інформації для бізнес-аналітики. Проведено аналіз, запропоновано ефективні стратегії та визначено роль технологій подолання інформаційної асиметрії в сучасному бізнес-середовищі.

В сучасному бізнес-середовищі, де інформація є ключовим ресурсом, асиметричність її розподілу створює унікальні виклики та можливості для підприємців. Асиметричність інформації, що являє собою нерівність розподілу та/ або використання інформаційних ресурсів, має суттєвий вплив на всі економічні процеси [1]. Розглянемо стратегії розвитку бізнесу в умовах нерівномірного доступу до інформації, аналізуючи, як подолати пов'язані з цим ризики та використати потенційні переваги для досягнення конкурентної переваги на ринку.

Інформаційна асиметрія в бізнесі виникає за умов, коли одна сторона економічної взаємодії має більший доступ до інформації, ніж інша. Це явище може суттєво вплинути на прийняття рішень, ціноутворення та загальну ефективність ринку.

У контексті бізнесу, асиметрія інформації може проявлятися у відносинах між:

- продавцями та покупцями;
- роботодавцями та працівниками;
- інвесторами та компаніями;
- менеджерами та акціонерами.

Розуміння цих аспектів є критично важливим для розробки ефективних стратегій розвитку бізнесу в сучасному інформаційному суспільстві.

Виклики асиметричності інформації для бізнес-аналітики, на нашу думку, полягають у такому:

- несприятливий відбір - ризик вибору неякісних товарів або послуг через нестачу інформації, що може призвести до зниження довіри на ринку;

- агентська проблема - конфлікт інтересів між власниками та менеджерами компанії, що може негативно вплинути на її продуктивність;
- моральний ризик - можливість зловживання інформаційною перевагою однією зі сторін, що може призвести до неефективних рішень та втрат;
- ринкова неефективність - нерівномірний розподіл інформації може призвести до неоптимального розподілу ресурсів та зниження загальної ефективності ринку.

Стратегії подолання інформаційної асиметрії у бізнес-аналітиці вбачаємо у наступному:

1. Прозорість та відкрита комунікація: впровадження політики прозорості у всіх аспектах діяльності компанії, включаючи регулярне звітування перед стейкхолдерами та відкриту комунікацію з клієнтами.

2. Інвестиції в інформаційні технології: використання сучасних ІТ-рішень для збору, аналізу та поширення інформації, що дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення та зменшувати інформаційні розриви.

3. Розвиток корпоративної культури: створення культури, що цінує обмін знаннями та інформацією всередині організації, сприяючи більш ефективній співпраці та інноваціям.

4. Впровадження систем контролю якості: розробка та імплементація суворих стандартів якості продукції та послуг, що допомагає подолати проблему несприятливого відбору та підвищити довіру споживачів.

Ці стратегії допомагають бізнесу не лише адаптуватися до умов інформаційної асиметрії, але й використовувати її як можливість для створення конкурентних переваг.

Значущість інформації для ухвалення як управлінських, так і споживчих рішень в умовах різноманітних ресурсних обмежень (грошових, часових, просторових та ін.) не потребує особливого обґрунтування. Однак інформаційне забезпечення у бізнес-аналітиці – це надзвичайно складна проблема, яка на рівні підприємств відноситься до однієї із головних функціональних сфер сучасного маркетингу, а також до аналітичної функції менеджменту [2].

Сучасні технології відіграють ключову роль у зменшенні інформаційної асиметрії в бізнесі. Використання big data, штучного інтелекту та блокчейн-технологій дозволяє компаніям збирати, аналізувати та ефективно використовувати величезні обсяги даних.

Наприклад, впровадження CRM-систем дозволяє краще розуміти потреби клієнтів та персоналізувати пропозиції. Використання предикативної бізнес-аналітики допомагає прогнозувати тренди ринку та поведінку споживачів, що зменшує невизначеність у прийнятті рішень. Вона передбачає побудову взаємовигідних відносин підприємства із споживачами та ґрунтується на використанні передових управлінських та інформаційних технологій. CRM-система включає набір принципів, методів та інструментів, логічно пов'язаних між собою та інтегрованих в єдине корпоративне інформаційне середовище підприємства з метою підвищення рівня продажів, оптимізації

маркетингу та підвищення обслуговування клієнтів, оптимізації бізнес-процесів підприємства [3].

Блокчейн-технології забезпечують прозорість та незмінність інформації, що особливо важливо для фінансових операцій та управління ланцюгами поставок. Ці інновації не лише зменшують інформаційну асиметрію, але й створюють нові можливості для розвитку бізнесу. Технологія-блокчейн в значній мірі покладається на фундаментальні інструменти з криптології та безпеки даних, особливо з точки зору автентифікації транзакцій. Концепція «Блокчейн» унеможливує несанкціонований доступ, тим самим підвищує стійкість до хакерських атак [4].

Балансування між необхідністю бути прозорим та захистом конфіденційної інформації є ключовим етичним викликом. Компанії повинні визначити, яку інформацію можна розкривати, а яку слід захищати для збереження конкурентних переваг.

Етичне використання персональних даних клієнтів та співробітників вимагає впровадження суворих політик захисту даних та дотримання принципів GDPR та інших регуляторних вимог. Бізнес має етичну відповідальність за надання правдивої інформації про свою продукцію та послуги, уникаючи маніпуляцій та введення в оману споживачів через інформаційну перевагу.

Інформаційна асиметрія може мати як негативний, так і позитивний вплив на інновації та конкуренцію в бізнесі. З одного боку, компанії з кращим доступом до інформації можуть отримати несправедливу перевагу, що може призвести до монополізації ринку та зниження стимулів для інновацій. З іншого боку, прагнення подолати інформаційну асиметрію може стимулювати компанії до інвестицій в дослідження та розробки, що сприяє інноваціям.

Розвиток технологій та зростаюча важливість інформаційної прозорості у бізнес-аналітиці формують нове бізнес-середовище, де асиметрія інформації поступово зменшується. У майбутньому успіх бізнес-аналітики все більше залежатиме від здатності ефективно управляти інформаційними потоками та створювати цінність через прозорість та довіру.

Компанії, які зможуть адаптуватися до цих змін, отримають значні переваги:

- посилення лояльності клієнтів через підвищення довіри;
- покращення співпраці з партнерами та постачальниками;
- залучення талановитих співробітників, які цінують прозорість;
- підвищення інвестиційної привабливості завдяки чіткій та відкритій звітності.

Однак, це також створює нові виклики, такі як необхідність балансування між відкритістю та захистом конфіденційної інформації. Бізнеси, які зможуть ефективно навігувати в цьому новому ландшафті, будуть найкраще підготовлені до успіху в майбутньому.

Забезпечення ефективного функціонування підприємства вимагає економічно грамотного управління його діяльністю. Бізнес-аналітика допомагає вивчити тенденції розвитку, оцінити та дослідити чинники зміни результатів

діяльності, обґрунтувати бізнес-план і управлінські рішення, здійснити контроль за їх виконанням, виявити резерви підвищення ефективності виробництва, виробити економічну стратегію його розвитку.

Загалом за допомогою бізнес-аналізу можна виявити недоліки фінансово-господарської діяльності, знайти резерви поліпшення фінансового стану організації, планувати фінансові результати [5].

Завдання бізнес-аналізу в умовах асиметричності інформації, полягають у такому:

- оцінка ефективності використання ресурсів;
- визначення перспектив розвитку підприємства;
- розрахунок можливих ризиків та пропозиції варіантів їх страхування;
- складання бізнес-плану підприємства на основі аналізу минулих періодів;
- вивчення стану виконання показників плану та знаходження причин відхилень фактичних показників від нормативних.

Побудова механізму створення та підвищення конкурентоспроможності підприємства визначає його функціонування і розвиток в умовах сучасного високо конкурентного ринку і є основною передумовою розвитку національної економіки. Бізнес-аналітика є тим процесом перетворення даних, що надходять в інформацію з метою збільшення конкурентоспроможності підприємства та його загальної ефективності, який побудований на вивченні комерційних цілей і розробці шляхів вирішення проблем, що виникають на шляху їх досягнення.

**Ключові слова:** бізнес-аналітика; бізнес-середовище; асиметричність інформації; IT-рішення; стартапи; інвестиції; стратегія; big data; штучний інтелект; блокчейн-технології.

### Список використаних джерел

1. Pryz, O. (2014). Асиметричність інформації в глобальній економіці. *European Journal of Management Issues*, 22(3), 69-73.
2. Федорченко, А. В. (2023). Асиметричність інформації та її вплив на розвиток теорії та практики маркетингових досліджень в Україні.
3. Похилько, С. В., Приходько, А. Ю., & Волошко, О. О. (2024). CRM-система як інструмент підвищення ефективності бізнесу. *Маркетинг і цифрові технології*, 8(3), 69-82.
4. Sharovalova, S., & Hulak, O. (2022). Блокчейн технології в банківській сфері. *Системи управління, навігації та зв'язку. Збірник наукових праць*, 1(67), 94-97.
5. Дмитришин, Б. В., Боровий, М. В., & Боровой, М. В. (2020). Бізнес-аналітика та її роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства.