МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКА АКАДЕМІЯ НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА

ПРЕДИК ГАЛИНА АДАМІВНА

УДК 338.4

ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Спеціальність 08.06.01 - Економіка підприємств і організація виробництва

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

ТЕРНОПІЛЬ – 1998

Дисертація є рукописом.

Робота виконана на кафедрі міжнародної економіки, фінансово-кредитних відносин та маркетингу Тернопільської академії народного господарства Міністерства освіти України.

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор
Савельєв Євген Васильович,
Тернопільська академія народного господарства, завідувач кафедри міжнародної економіки, фінансово-кредитних відносин та маркетингу

Офіційні опоненти – доктор економічних наук, професор
Вихрущ Володимир Павлович,
Тернопільська академія народного господарства, завідувач кафедри економіки підприємств та корпорацій

кандидат економічних наук, доцент
Вовчак Іван Сільвестрович,
Тернопільський технічний університет ім.І.Пулюя, доцент кафедри менеджменту у виробничій сфері

Провідна установа – Український інститут науково-технічної і економічної інформації, м.Київ

Захист відбудеться “29”січня 1999 р. о 11 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д58.082.01 в Тернопільській академії народного господарства за адресою: 282004, м.Тернопіль, вул. Львівська, 11, ауд. 1300.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Тернопільської академії народного господарства за адресою: 282004, Тернопіль, вул. Львівська, 11.

Автореферат розісланий “28”грудня1998 р.

Вчений секретар спеціалізованої Ради,
доктор економічних наук, професор Фаріон І.Д.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Трансформація економіки України привела до орієнтації підприємств на широке використання економічної інформації господарській діяльності, оскільки остання все більше відіграє роль виробничого фактора і стратегічного ресурсу.

Проте діюча система інформаційного забезпечення не задовольняє зростаючі потреби підприємств в точній і достовірній інформації, бо не орієнтована на ринкові механізми формування економіки.

В умовах планового управління народним господарством, в стабільному середовищі функціонування економіки, комерційні служби, що спеціалізувалися на зборі, обробці та передачі економічної інформації були відсутні. Мінімум інформації, необхідний в таких умовах, реалізовувався через систему науково-технічної інформації, що мала відповідне цільове спрямування і з тих пір мало змінилась.

Сучасний етап розвитку економіки характеризується динамічністю, швидкою зміною ринкової ситуації, що призводить до необхідності розгляду інформації як товару. Невелика кількість фірм, які надають кваліфіковані інформаційні послуги, високі ціни на інформаційні продукти і послуги (ІПП), відсутність офіційного доступу до багатьох джерел інформації, яка потрібна споживачам для нормального функціонування на ринку, їх недостатня обізнаність про джерела потрібної інформації спричиняють незадоволення інформаційних потреб підприємств.

Проблемам інформаційного забезпечення підприємств, розвитку ринку інформації, економічним питанням інформаційної діяльності присвячені роботи українських вчених і економістів Ю.К.Базанова, В.М.Брижко, М.М.Єрмошенко, Г.І.Калитича, Ю.М.Канигіна, Г.С.Коломійця, В.М.Лещенко, А.Л.Маньковського, Є.Микулинського, А.Петрова, В.А.Плаксова, І.С.Ткаченко, Л.С.Харченко та ін. Проте в цих роботах не досліджувалися питання діяльності підприємств, які надають телекомунікаційні, маркетингові, консалтингові та ін. ІПП, проблеми формування цього сектору ринку інформаційних послуг.

Для ефективної роботи господарських підприємств необхідна така система інформаційного обслуговування, яка б служила інструментом соціально-економічного розвитку країни на основі використання інформаційних ресурсів і надання широкого спектру інформаційних послуг. В ході трансформації економіки в країні відбувається формування мережі спеціалізованих інформаційних підприемств, в основному за рахунок приватних. Але на розвиток підприємницької діяльності в цій сфері впливає необхідність більш досконалих теоретичних досліджень і практичних розробок з питань формування ринку інформаційних послуг та елементів ринкової інформаційної інфраструктури, значне відставання від світового рівня в розвитку технічної бази засобів передачі інформації.

Тому, сфера інформаційного бізнесу потребує проведення досліджень з метою створення більш досконалої системи інформаційного обслуговування підприємств, яка б враховувала специфіку вітчизняного ринку інформаційних послуг і ефективно використовувала світовий досвід.

Нерозв'язаність завдань, пов'язаних з формуванням мережі інформаційних підприємств, а також необхідність комплексного їх вирішення обумовлюють актуальність вибору теми дисертаційної роботи, мету, завдання, структуру та головні напрями дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукові дослідження, які склали основу дисертаційної роботи виконувалась у межах науково-дослідної теми Тернопільської академії народного господарства "Дослідження і розробка інформаційної системи фінансового менеджменту" (номер державної реєстрації 0197U012449).

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розробка основних напрямів формування мережі інформаційних підприємств в рамках єдиного інформаційного простору України.

Досягнення поставленої мети передбачає послідовне вирішення таких завдань:

– дослідити економічну природу і суть інформації, її роль в діяльності підприємств;

– визначити види інформаційного попиту та потреб підприємств;

– вивчити специфіку діяльності інформаційних підприємств;

– провести аналіз секторів ринку інформаційних послуг в Україні;

– дослідити чинники внутрішнього та зовнішнього середовища і їх вплив на діяльність інформаційних підприємств;

– розробити структурну модель ринку інформаційних послуг;

– обгрунтувати напрями розвитку мережі інформаційних підприємств в умовах функціонування ринку;

– визначити оптимальні шляхи формування інфраструктури ринку інформаційних послуг.

Коло поставлених в даній роботі завдань обумовлене насамперед прагненням акцентувати увагу на питаннях, пов'язаних із виникненням і розвитком інформаційних служб як нового елементу системи суспільного поділу праці.

Наукова новизна одержаних результатів. Основний науковий результат дисертаційного дослідження полягає в тому, що зроблено спробу предметно розглянути інформацію як товар, категорію інформаційного попиту та специфіку діяльності інформаційних підприємств; проаналізовано діяльність підприємств, які надають власне інформаційні послуги, інформаційно-консультаційні та консалтингові послуги; теоретично обгрунтовано і визначено напрямки розвитку інфраструктури ринку інформаційних послуг в Україні. До найбільш істотних

результатів, які характеризують наукову новизну виконаного дослідження, слід віднести наступні положення:

– теоретично обгрунтовано наукове трактування інформації як економічної категорії;

– розроблено класифікацію найважливіших видів інформації, які задовільняють інформаційний попит підприємств;

– запропоновано структурну модель ринку інформаційних послуг;

– дано оцінку факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які впливають на діяльність інформаційних підприємств;

– запропоновано напрямки оптимізації організаційної структури інформаційного обслуговування;

– розроблено методику формування ринку інформаційних послуг в Україні.

Практичне значення одержаних результатів. Теоретичні узагальнення є складовою частиною подальшого дослідження проблем розвитку ринку інформаційних послуг і формування державної програми створення його оптимальної інфраструктури.

Результати проведеного дослідження сприяють вирішенню проблем, пов'язаних з інформаційним забезпеченням господарських підприємств, а також можуть бути використані при розробці законодавчих актів України. Окремі положення дисертаційної роботи використані в навчальному процесі Тернопільської академії народного господарства.

Особистий внесок здобувача полягає в розробці механізму створення інфраструктури ринку інформаційних послуг в Україні.

Запропоновано структурну модель ринку інформаційних послуг, проведено дослідження його основних суб'єктів, визначено фактори навколишнього середовища, які впливають на діяльність інформаційних підприємств.

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертації, висновки та пропозиції доповідались на республіканській науково-практичній конференції "Формування ринкової економіки в Україні: теоретичні та практичні проблеми подолання кризи" (Вінниця, 1994), на міжнародних конференціях "Україна - Європейський Союз: Проблеми зовнішньо-економічної діяльності та перспективи співробітництва" (Київ, 1995), "Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: теорія і стратегія" (Ялта-Форос, 1996).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 8 робіт. Загальний обсяг публікацій становить 2,5 друкованого аркуша.

Обсяг і структура роботи. Дисертаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, який охоплює 157 найменувань на 11 сторінках, з них 48 - іноземні джерела, 10 додатків, 14 таблиць і 21 рисунок. Повний обсяг дисертації складає 187 сторінок друкованого тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

В першому розділі дисертації **"Ринок інформаційних послуг в системі ринкових відносин"** розкрито суть інформації як економічної категорії, показано специфіку інформаційного попиту та діяльності інформаційних підприємств, визначено потреби в інформації господарських підприємств України.

Автором обгрунтовано, що інформація представляє собою вибрані відомості, які дають можливість підприємству адекватно зреагувати на проблему і знайти шляхи її вирішення.

Встановлено, що в економічному аспекті інформація виступає як галузь економіки, елемент ринкового механізму, економічний ресурс, суспільне благо, фактор конкурентної боротьби, товар.

Інформація є нематеріальним товаром, властивості якого з однієї сторони визначаються тим, що властиво товарам взагалі, а з іншої - особливостями, пов'язаними з її природою і можливостями використання. Як товар вона має характерні риси, пов'язані з її інтелектуальною сутністю і витікають із спроможності впливати на створення нового інтелектуального і матеріального продукту: володіння інформацією не є гарантією абсолютного права на її використання; продаж однієї і тієї ж інформації може здійснюватись великій кількості покупців і тим самим ні один з них не стає її одноособовим володарем; цінність інформації не має прямого зв'язку з вартістю її створення, зберігання або обробки і залежить від місця, часу і способу її використання.

Специфічними для товару "інформація" є вимоги, що пред'являються до її якості у зв'язку з моральним старінням. Дослідження та розгляд різних наукових підходів дозволили авторові визначити, що основними критеріями якості інформації, необхідної суб'єкту господарської діяльності для задоволення інформаційного попиту є актуальність, повнота, надійність та економічність.

Використання інформації як товару дозволяє господарському підприємству вирішити такі основні проблеми як визначення нових напрямків діяльності і формування економічної політики на основі аналізу стратегічної інформації, аналіз і "розвідка" діяльності конкурентів, вивчення кон'юнктури ринку з метою забезпечення переваг в конкурентній боротьбі, вдосконалення асортименту та якості товарів і послуг підприємства, технології виробництва, використання досягнень НТП, пошук нових шляхів вирішення конкретних науково-технічних завдань.

В дисертації встановлено, що інформаційний попит, який виникає в процесі прийняття управлінських рішень щодо усунення проблем, визначається інформаційними потребами, які визначають його зміст, об'єм, структуру і динаміку. Він поділяється на суб'єктивний - зі сторони споживачів інформації та об'єктивний - зі сторони поставлених цілей. Різниця між ними полягає в тому, що

цільова орієнтація веде до обмеження інформації, яку повинні спожити, а при орієнтації на суб'єктів пропонується та інформація, яка може бути потрібною споживачам.

В залежності від виробничих функцій інформаційний попит поділяється на попит для управління, планування і організації виробництва; досліджень, розробки і виробництва товарів; закупівель, збуту; фінансування.

Вивчення різних теоретичних підходів до визначення основних видів інформації, які користуються попитом підприємств, дозволило авторові сформулювати власний підхід до проблеми, в основу якого покладено теорію маркетингу. Така точка зору дала підставу зробити висновок, що підприємству потрібна інформація про ринки збуту і заготівель, галузева, загальноекономічна; про природні ресурси, науково-технічна, соціально-культурна, політико-правова; інформація про реакцію навколишнього середовища на дії підприємства й інформація про реакцію підприємства на дії навколишнього середовища.

Споживачів інформації поділяють на кінцевих споживачів; державні структури; посередників; організації, які надають ІПП; структури, які зберігають інформацію в відкритому доступі і розповсюджують її.

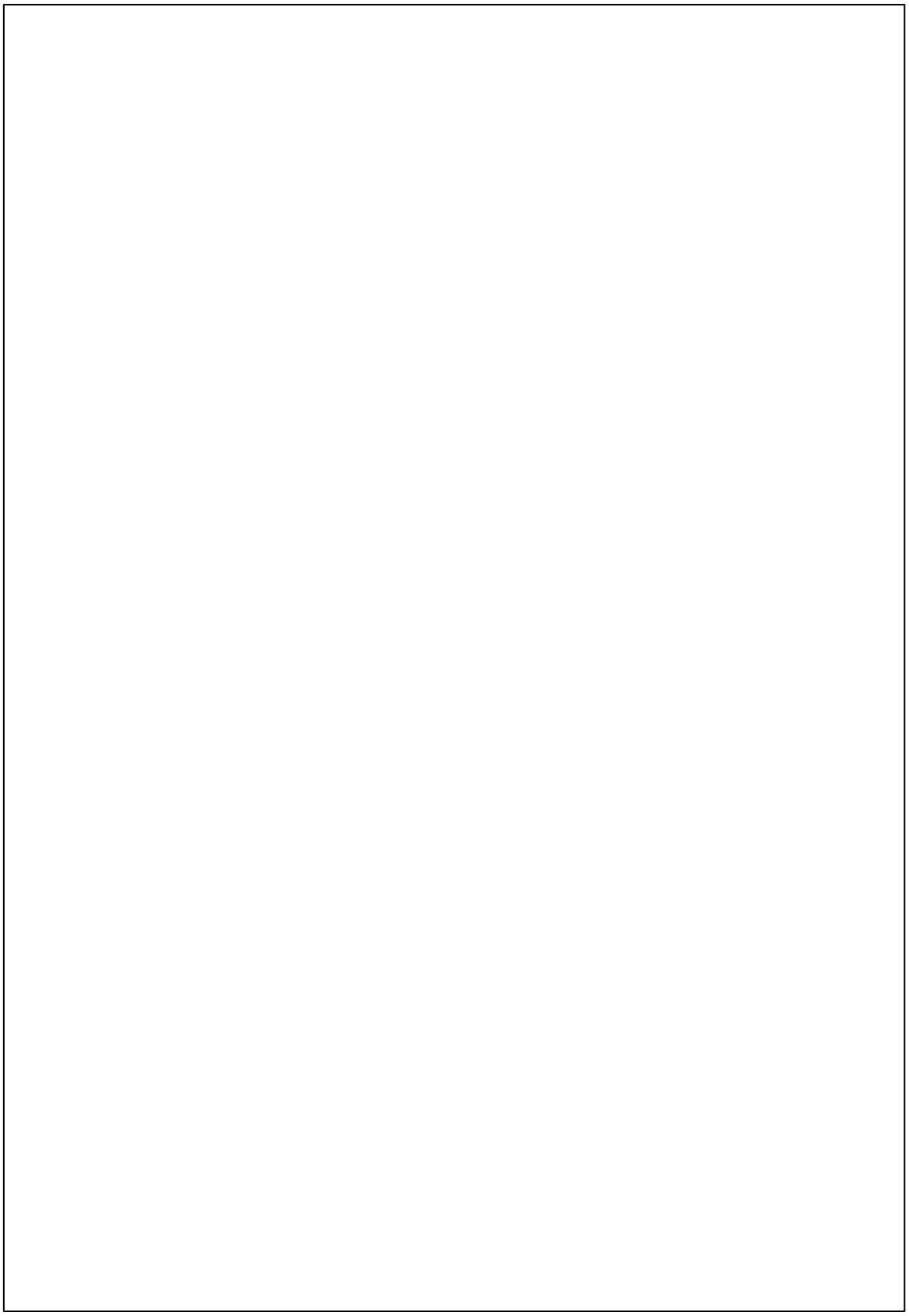
У результаті проведеного дослідження дисертантом виявлено, що в Україні головним завданням господарських підприємтсв є виживання і це зумовлює їх інформаційний попит. На даний момент найактуальнішою є інформація про внутрішні ринки збуту.

Інформаційний попит підприємств задовільняють фірми, які діють на інформаційному ринку і надають інформаційні послуги. Дисертантом розглянуто різні підходи до визначення і класифікації підприємств, які діють на ринку інформаційних послуг і обгрунтовано, що найбільш прийнятним є визначення - "інформаційні підприємства", оскільки за допомогою цього терміну можна виділити найбільш суттєвий, головний елемент їх діяльності по збору інформації, її обробці і представленні для задоволення інформаційного попиту та вказується галузь економіки, до якої вони відносяться.

Діяльність інформаційних підприємств має ряд специфічних особливостей: вони надають перевагу створенню власного продукту, отримують прибуток за рахунок надання ІПП, часто є монопольними власниками інформації, повинні швидко реагувати на нові можливості і запити споживачів, тому що це веде до модифікації продуктів і послуг та появи їх нових видів.

Встановлено, що на даний час в Україні актуальною є класифікація інформаційних підприємств за предметами обслуговування, оскільки майже всі вони займаються збором, обробкою і розповсюдженням інформації. Згідно з цим вони поділяються на підприємства, які займаються видавничою діяльністю, створюють банки і бази даних та надають інформаційні послуги. Дисертантом запропоновано класифікацію інформаційних підприємств для країн з перехідною економікою за

територіальним принципом: підприємства, які надають ІПП на території всієї країни, регіональні,обласні.



У другому розділі дисертації **"Ринок інформаційних послуг в Україні: аналіз і становлення"** автор аналізує розвиток вітчизняного ринку інформаційних послуг.

У роботі на основі системного підходу розроблено структурну модель ринку інформаційних послуг (рис.1), в якій відображено його основні компоненти, взаємозв'язки і взаємодії. Формування цього виду ринку повинно сприяти створенню інформаційних передумов для переходу до ринкових відносин в усіх сферах економіки.

У результаті проведеного аналізу встановлено, що до причин, які сприяли виникненню ринку інформаційних послуг в Україні, слід віднести розвиток ринкових відносин; урізноманітнення форм власності; зростання кількості господарських підприємств; ліквідацію державної монополії на зовнішньоекономічну діяльність; вихід іноземних фірм на внутрішній ринок України.

Створення ринку інформаційних послуг в країні знаходиться на початковому етапі, який відображає труднощі переходу від централізовано-планової економіки до вільного підприємництва. Основними причинами такого положення є те, що в основної маси підприємців тільки формується розуміння важливості інформації, необхідності створення інформаційної інфраструктури ринку, відсутність єдиної державної політики і стратегії щодо розвитку ринку інформаційних послуг.

Аналіз ринку інформаційних послуг дав можливість виявити деякі тенденції його розвитку :

- кількість підприємств, зайнятих інформаційним бізнесом, зростає як за рахунок створення самостійних фірм, так і інформаційних служб крупних комерційних структур (AICT, Аква.5 та ін.) у вигляді відділів або самостійних суб'єктів підприємницької діяльності;
- зростання зацікавленості ведучих зарубіжних фірм в сфері інформаційних послуг до заповнення інформаційного вакууму, який склався в Україні. Про це говорить, зокрема, відкриття представництв таких компаній як Dun & Breadstreet, KPMG, Price Waterhause та ін.;
- розширення спектру послуг, які надаються інформаційними підприемствами. Якщо спочатку їх діяльність була спрямована на надання адресно-довідникової інформації по виробникам товарів і послуг в Україні та пошук зарубіжних партнерів, то зараз пропозицію на ринку інформаційних послуг можна розділити на три основних сектори:
- власне інформаційні послуги (надання адресно-довідникової інформації, телекомунікаційні послуги та ін.);
- інформаційно-консультаційні послуги, тобто послуги, які мають ознаки як інформаційного, так і консультаційного характеру (маркетингові дослідження, провірка надійності партнерів та ін.);

– консалтингові послуги (консультування по ЗЕД та ін.).

Дисертантом досліджено практику діяльності інформаційних підприємств в Україні. Встановлено, що на даний час основними суб'єктами ринку інформаційних послуг виступають органи державного управління, Торгово-промислова палата України, органи статистики, наукові институти (Український інститут науково-технічної і економічної інформації, Інститут проблем реєстрації інформації Національної академії наук України та ін.), видавництва адресних та адресно-номенклатурних довідників, економічних газет і журналів, підприємства, які створюють банки і бази даних (БД) та надають телекомунікаційні послуги, маркетингові і консалтингові фірми.

Найбільш поширеними на ринку інформаційних послуг України через їх прийнятні ціни й розгалужену систему розповсюдження є товари в друкованій формі - довідники й ділова періодика. Видавцями випускається тільки два види довідників - адресні й адресно-номенклатурні. Їх можна розділити на універсальні (напр., "Незалежні виробники товарів і послуг-97/98"), галузеві (напр., "Сільськогосподарські підприємства України"), регіональні (напр., "Вашъ Київ. Золоті сторінки"). До недоліків їх роботи відносять невисоку оперативність довідників викликану тривалим терміном друкування, відсутність довідників по нових галузях народного господарства: аудит, маркетинг, реклама тощо.

Інформаційна продукція видавництв економічних газет і часописів складається з газет, журналів, бюлетнів, а також цінових та інформаційних стрічок. Економічні газети мають як загальну спрямованість ("Посредник"), так і галузеву (фермерська газета "Наш час"). В бюлетнях (напр., Ukrinform Business News) друкують оперативну й аналітичну інформацію по галузях промисловості, фінансах, прайс-листи тощо. У стрічках (напр., Новини Ділового Світу) викладені оперативні повідомлення про важливі проекти, огляди кредитного, валютного ринків України та ін. В економічних журналах (напр.,"Економіка України") публікують інформаційно-аналітичні матеріали. Зазначимо, що практично відсутня спеціалізація газет і журналів по галузях народного господарства, секторах ринку й ін.

Телекомунікаційні вузли CS/Monolit, Relkom-Україна, ELVISTI та ін. пропонують матеріали інформаційних агентств, доступ до світових БД, глобальних мереж і ін. UAnet/Relcom забезпечує можливість роботи в мережі Internet, яка є важливим бізнес-інфструментом. Абоненти цієї мережі в Україні користуються послугами таких інформаціно-довідкових служб: Internet securites, The Interactive Investor, ECHO, European Business Directory. Важливим ресурсом Internet є World Wide Web (WWW), в якому існують сервери практично будь-якої тематики. Найбільш використовуваними є рубрики, які стосуються інформації про діяльність компаній, продукти і послуги, фінансів і інвестицій тощо. Стримуючими факторами в розвитку бізнесового використання Internet в Україні є недостатня комп’ютеризація

підприємств та установ, низька технічна якість телефонних ліній, недостатня для забезпечення нормальної роботи сучасного комунікаційного обладнання, недостатній розвиток банківської системи, пов’язаної із здійсненням та прийняттям платежів через систему кредитних карток. До найбільш великих інформаційних і комп'ютерних мереж України відносять Українське національне інформаційне агентство, ВІККІ, СВІТ, ELVISTI, електронну комп'ютерну газету "Все-всім". На вітчизняному інформаційному ринку представлено близько 60 БД економічної інформації.Серед них найбільш широке розповсюдження отримали РЕГІСТР, в якому зібрані комплексні відомості про 100 тис. Провідних підприємств всіх форм власності країн СНД і РЕЗЕРВ, який містить інформацію про 367 тис. українських підприємств.

На даний час послуги телекомунікацій не відіграють великої ролі в інформаційному забезпеченні підприемств внаслідок відсутності повноцінних інформаційних продуктів; незадовільної якості вітчизняних телефонних мереж; високої вартості необхідних технічних засобів; незначного обсягу послуг; недостатньої пропускної здатності та надійності зв'язку. Процес впровадження телекомунікаційних технологій в Україні тормозиться державною політикою, яка не створює передумов до збільшення інвестицій в національний інформаційний ринок.

За результатами опитування підприємців, проведеного Київським науковим товариством ім. Петра Могили, з’ясувалося, що всі вони в своїй діяльності використовують ділову періодику, друкованими довідниками користуються 84%, банками даних – 20% і послугами телекомунікацій 4%.

Ринок інформаційних послуг в сфері маркетингу увійшов в стадію структуризації, що знаходить вираз у поступовому визначенні спеціалізації фірм. Багато компаній працюють в різних напрямках, але це може бути виправданим, враховуючи особливості українського ринку, менталітет нації і період становлення ринку, коли підприемства шукають свою нішу. Лідируючі позиції займають фірми "Socis Gallup Ukraine", "UMG", "Центр маркетингових досліджень", "Формула", "Крок-Маркетинг Центр" й ін. В 1997 р. в Україні налічувалось бдлзько 120 маркетингових компаній, хоча більшість з них тільки декларували проведення маркетингових досліджень.

Можна виділити такі основні напрями маркетингових досліджень: дослідження споживчих товарів; ринків товарів промислового призначення; дослідження з метою пошуку ділових партнерів та соціологічні дослідження. Швидкими темпами розвивається надання такої послуги як перевірка надійності партнерів, специфіка якої в Україні полягає в необхідності створення двосторонньої системи і відповідної інфраструктури. Основними проблемами при її здійсненні є розосередженість і важкодоступність інформації; небажання господарських підприємств надавати в офіційні органи повну інформацію про свою діяльність; певна відносність інформації про конкретне підприємство. Вітчизняні маркетингові

фірми, в основному, орієнтуються на іноземних замовників. Це пояснюється тим, що платоспроможність іноземних фірм значно вища, ніж вітчизняних; для нерезидентів вигідніше користуватися послугами українських інформаційних підприемств, ніж самостійно вивчати український ринок. Крім того, більшість вітчизняних підприемств ще не в повній мірі усвідомили важливість глибокого вивчення ринків.

Фірми, що надають консалтингові послуги поділяють на квазиконсультаційні, дрібні, середні і великі. Станом на 1997 р. в Україні налічувалось 146 підприємств, які займались консалтингом. Вітчизняні (напр., Град ЛТД, Консалтинг ЛТД) й зарубіжні (напр., філії Baker & McKenzie, Booz-Allen & Hamilton, представництва Coopers & Lybrand, Price Waterhouse та ін.) консалтингові фірми надають широкий спектр послуг - від консультацій по оподатковуванню, зовнішньоекономічній діяльності, менеджменту персоналу до бізнес-планування. Відійшовши від світової практики український консалтинг здебільшого не має чіткого поділу на види послуг: фінанси, інвестиції, менеджмент тощо. Зазначимо, що в даний час консалтинг в основному спрямований на постприватизаційну підтримку підприємств. Для українських підприємств найчастіше характерні замовлення по питанням виходу з кризових ситуацій, а серед закордонних клієнтів консалтингових фірм популярністю користуються консультації з приводу юридичної експертизи контрактів. Зарубіжні фірми мають значний досвід, високу культуру надання консалтингових послуг і користуються більшою довірою клієнтів, а вітчизняні консультанти краще розуміють специфіку українського ринку і надають послуги по більш доступним цінам.

Результати дослідження свідчать про диференціацію оплати ІПП. Консультаційні, телекомунікаційні та ін. Послуги калькулюють на основі прийнятої на інформаційних підприємствах погодинної оплати з врахуванням норм прибутку, податку чи договірної ціни. Розцінки на послуги маркетингових фірм розраховують під кожне замовлення з врахуванням його складності, терміновості і затрат на виконання. На ціни впливають не тільки собівартість послуг, доступність на ринку чи категорія споживача, але й форма власності і методи фінансування їх діяльності.

З метою виявлення шляхів вдосконалення механізму формування мережі інформаційних підприємств в дисертації розглянуто фактори навколишнього середовища, які впливають на їх діяльність. До факторів внутрішнього середовища віднесено фінансові можливості; кооперацію; структуру кадрів; збут; виробництво ІПП; а також такі специфічні фактори як відтворення і копіювання інформації, актуальність, необхідність пояснення та швидкість передачі інформації. Встановлено, що до основних факторів зовнішнього середовища відносяться політико-правовий, технологічний, економічний, соціальний, а також споживачі, конкуренти, посередники та джерела інформації.

У третьому розділі дисертаційної роботи **"Напрямки розвитку ринку**

інформаційних послуг в Україні" автором розроблено концепцію розвитку мережі інформаційних підприємств та обгрунтовано шляхи створення інформаційної інфраструктури ринку.

Дисертантом відображено різні підходи до розгляду інфраструктури ринку інформаційних послуг та виявлено, що до неї пред'являються такі вимоги: забезпечення єдності і взаємозв'язку всіх елементів ринку; можливість безперешкодного та оперативного використання наявних інформаційних ресурсів; існування конкуруючих ланок.

Нормальне функціонування ринку потребує організації розгалуженої мережі інформаційних підприємств з метою забезпечення господарських підприємств необхідною інформацією. Оскільки в даний час недостатньо потужностей для забезпечення потенційних потреб споживачів інформації, то побудована економіко-математична модель організації інформаційних підприємств, яка доводить необхідність створення нових інформаційних підприємств. Цільова функція - це мінімум сумарних витрат на виконання послуг

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{j=1}^{J}\sum_{k=1}^{K} t_{ijx}\, x_{ijk} \to \min$$

Обмеження:

1) по можливостях інформаційних підприємств

$$\sum_{j=1}^{J} x_{ijk} \le A_{ijk}, \quad i=1, m+s, \quad k=1, K$$

2) по потребах споживачів

$$\sum_{i} x_{ijk} \ge B_k \qquad k=1, K$$

3) по невід'ємності змінних

$$x_{ijk} \ge 0 \qquad i=1, I; \quad j=1, J; \quad k=1, K,$$

де

i - індекс інформаційного підприємства (i=1, I);
I - кількість інформаційних підприємств;
j - індекс підприємства-споживача (j=1, J);

J - кількість підприємств споживачів;
k - індекс виду інформаційної послуги (k=1, K);
K - можлива кількість інформаційних послуг;
tijk - вартість виконання однієї послуги k-го виду і-им інформаційним підприємством для j-го споживача;
Aik- максимально можливий обсяг виконання k-го виду послуги і-м інформаційним підприємством;
Bjk - прогнозована потреба споживачів у k-му виді послуги;
Xijk- обсяг виконання k-го виду послуги і-м інформаційним підприємством для j-го споживача.

Характерною особливістю ринку інформаційних послуг в Україні є те, що інформаційні підприємства формуються шляхом утворення малих підприємств. Використовуючи графічне моделювання за допомогою дерева цілей в роботі встановлено, що оптимальною альтернативою буде впровадження нових видів інформаційних послуг. Дисертант пропонує структуру підприємств інформаційного обслуговування в Україні, яка включає підприємства-виробники (виробники банків і баз даних, незалежні дослідницькі агентства, інститути досліджень ринку, наукові інститути, маркетингові фірми), посередників (брокери, маклери, інформаційні агентства, підприємства, що надають телекомунікаційні послуги) та підприємства, що надають інформаційні послуги (бюро вирізок з засобів масової інформації, адресні бюро, консалтингові фірми, довідкові бюро, торгово-промислові палати).

Враховуючи ситуацію в країні та міжнародну практику щодо розвитку ринку інформаційних послуг показана необхідність переходу до системи державної координації та регулювання ринку, бо підтримка з боку держави стимулює і регулює його розвиток.

Дослідження проблеми формування ринку інформаційних послуг дало можливість сформулювати концепцію його розвитку, яка складається з наступних блоків:

- визначення цілей розвитку ринку інформаційних послуг до яких відносять сприяння розвитку ринкових відносин в Україні; структурна переорієнтація народного господарства; оперативне насичення ринку інформаційними продуктами і послугами; розвиток конкуренції; створення нових робочих місць;
- основні принципи розвитку: системність та комплексність державних програм розвитку ринку інформаційних послуг; доцільність і чітка спрямованість підтримки інформаційних підприємств; їх рівноправний доступ до матеріальних, фінансових, трудових та інформаційних ресурсів;
- пріоритетні напрями державної допомоги включають формування нормативно-правової бази; вдосконалення податкової та фінансово-кредитної

політики; своєчасне забезпечення достовірною інформацією; впровадження сучасних технологій;

- здійснення заходів щодо розвитку ринку інформаційних послуг.
- регулювання фінансових потоків, спрямоване на полегшення доступу інформаційних підприємств до джерел фінансових засобів, цілеспрямоване субсидіювання з бюджету за рахунок здійснення програм надання пільгових позик, залучення приватного капіталу;
- здійснення цільового кредитування по мінімальним ставкам, застосування його інвестиційного потенціалу банків, іноземних та вітчизняних кредиторів; найбільш прогресивних форм;
- активне використання інвестиційного потенціалу банків, іноземних та вітчизняних кредиторів;
- формування трудового потенціалу;
- застосування антимонопольних заходів, тому що відсутність державного регулювання взаємовідносин на ринку інформаційних послуг сприяє його монополізації з боку зарубіжних фірм.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИСЕРТАЦІЇ ВІДОБРАЖЕНІ В ПУБЛІКАЦІЯХ:

1. Предик Г.А. Проблеми формування інфраструктури інформаційного бізнесу // Формування ринкової економіки в Україні: теоретичні та практичні проблеми подолання кризи. – Вінниця. - 1994. – С. 35-36.
2. Предик Г.А. Інформаційне забезпечення міжнародних економічних відносин // Україна - Європейський Союз: Проблеми зовнішньоекономічної діяльності та перспективи співробітництва. - К.: КДТЕУ. - 1995. - С. 178-179.
3. Предик Г.А. Інтеграція України в інформаційний ринок Європейського Співтовариства // Проблеми економічної інтеграції України в Європейський Союз: теорія і стратегія. І. ЄС - У'96.- Ялта-Форос, Україна. - 1996. - С. 195.
4. Predyk G. Ukraine's integration in the information market of the European Union // The problems of economic integration of Ukraine into the European Union: Theory and Strategy. I. EC-U'96. - Yalta-Foros, Ukraine. - 1996. - P. 186.
5. Предик Г.А. Проблеми інформаційного забезпечення підприємств // Маркетинг в системі управління підприємством. - К.: КДЕУ. - 1996. - С. 125.
6. Предик Г.А. Механізм формування інформаційного ринку в Україні // Зб. наук. праць: Формування економічних відносин в умовах ринку. Випуск 1. – Тернопіль: ТАНГ, ІОА, 1997. - С. 215-216.
7. Предик Г.А. Інформаційні підприємства: види і умови діяльності. - Тернопіль: ТАНГ, Економічна думка, 1998. -26 с.

8. Предик Г.А. Ринок інформаційних послуг. - Донецьк: ІЕП НАН України, 1998. -32 с.

АНОТАЦІЯ

Предик Г.А. Формування мережі інформаційних підприємств в Україні. - Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 - економіка підприємств і організація виробництва. - Тернопільська академія народного господарства, Тернопіль, 1998.

Дисертація присвячена проблемам формування мережі інформаційних підприємств в Україні. Вперше використано роботи іноземних вчених з питань інформації як економічної категорії та діяльності інформаційних підприємств. Даэться аналіз розвитку вітчизняного ринку інформаційних послуг. Визначено організаційну структуру інформаційного обслуговування. Обгрунтовано роль держави, нормативно-правової бази, податкової, фінансово-кредитної та інвестиційної політики у формуванні оптимальної інфраструктури ринку інформаційних послуг.

Ключові слова: інформація, інформаційний попит, інформаційні підприємства, ринок інформаційних послуг, інформаційні продукти і послуги, маркетингові фірми, консалтингові фірми, інформаційна інфраструктура.

АННОТАЦИЯ

Предык Г.А. Формирование сети информационных предприятий в Украине. - Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.01 - экономика предприятий и организация производства. - Тернопольская академия народного хозяйства, Тернополь, 1998.

Диссертация посвящена проблемам формирования сети информационных предприятий в Украине. Впервые использовано работы зарубежных ученых по вопросам информации как экономической категории и деятельности информационных предприятий. Большое внимание уделено раскрытию сущности информации как товара, определено основные критерии её качества и важнейшие виды информации, которые пользуются спросом предприятий.

Исследовано информационный спрос, возникающий в процессе принятия управленческих решений, определено причины его появления и основные виды, дано классификацию информационных потребностей. Обосновано рост потребностей относительно информационных продуктов и услуг в условиях

становления рыночных отношений в Украине. Установлено основных потребителей информации.

В диссертации рассмотрено различные подходы к определению и классификации предприятий, которые действуют на рынке информационных услуг, раскрыто специфику их деятельности. Предложено классификацию информационных предприятий для стран с переходной экономикой за территориальным принципом.

На основании системного подхода разработано структурную модель рынка информационных услуг, в которой отображено его основные компоненты и взаимосвязи.

Установлено причины, которые содействовали возникновению рынка информационных услуг в Украине. Автор выделяет его основные субъекты и распределяет их по соответствующим секторам, анализирует виды информационных услуг, которые ими предлагаются.

Диссертантом исследовано факторы внутренней и внешней среды, которые влияют на деятельность информационных предприятий.

Обобщены различные подходы к рассмотрению инфраструктуры рынка информационных услуг. Предложено экономико-математическую модель организации информационных предприятий, которая доказывает необходимость создания новых информационных предприятий. Путем графического моделирования с помощью дерева целей установлено, что оптимальной альтернативой является внедрение новых видов информационных услуг.

В диссертации предложена структура предприятий информационного обслуживания в Украине, а также сформулирована концепция развития рынка информационных услуг, аргументирована необходимость перехода к системе государственного координирования и регулирования этого вида рынка, определены приоритетные направления государственной помощи развития рынка информационных услуг. Рассматриваются вопросы формирования нормативно-правовой базы, налогообложения, кредитования, инвестирования информационных предприятий, а также применения антимонопольных мер и формирования трудового потенциала.

Ключевые слова: информация, информационный спрос, информационные предприятия, рынок информационных услуг, информационные продукты и услуги, маркетинговые фирмы, консалтинговые фирмы, информационная инфраструктура.

ANNOTATION

Predyk G.A. Development of the net of informational enterprises in Ukraine. Dissertation for competition for a degree of candidate of economic sciences on

specialization 08.06.01. - Enterprise economy and production organisation. - Ternopil Academy of National economy, Ternopil, 1998.

Dissertation is dedicated to the problems of development of the net of informational enterprises in Ukraine. For the first time, the works of foreign scientists are used on such questions as economic category of information and activities of the information firms. The author gives an analysis to the development of domestic market of the informational services. The organisational structure of informational services is being identified. The role of state,legal system, taxation, finance, credit and investment policies in the forming the optimal infrastructure of informational services market is grounded.

Key words: information, demand of the information, informa tional services, market of the informational services, information products and services, marketing firms, consulting firms, information infrastructure.