

Отже, слід зазначити, що на сьогодні ефективність упровадження маркетингу інновацій в українських банках не є достатньо високою. Це зумовлено, насамперед, низькими витратами на його забезпечення (менше 2 % загальних витрат). Також не повністю розуміється необхідність подібної політики і впровадження лише окремих елементів комплексу маркетингу. Банкам слід більш результативно будувати відносини зі своїми клієнтами для оптимального визначення їх потреб; чітко розробляти алгоритм реалізації орієнтованих на клієнтів концепцій та методів їх побудови.

Наук. керівн. Притиченко Т. І.

Література: 1. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг: теорія, методологія, організація / Л. Ф. Романенко ; Міжнародний інститут ринкових відносин та підприємництва. – К. : Вільямс, 2002. – 512 с. 2. Лютий І. О. Банківський маркетинг : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 776 с. 3. Єгорічева С. Б. Банківські інновації : навч. посібн. / С. Б. Єгорічева. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 208 с. 4. Офіційний сайт ПриватБанк. – Режим доступу : <http://privatbank.ua/>.

УДК 338.46

Дудка А. І.

Магістр 2 року навчання
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто та досліджено структуру ринку інформаційних послуг України, його особливості, сучасний стан та тенденції подальшого розвитку. Надано рекомендації щодо прискорення та покращення розвитку вітчизняного інформаційного ринку.

Аннотация. Рассмотрены и проанализированы структура рынка информационных услуг Украины, его особенности, современное состояние и тенденции дальнейшего развития. Даны рекомендации по ускорению и улучшению развития отечественного информационного рынка.

Annotation. The article considers the structure of the market of information services in Ukraine, its features, current status and future development trends. Recommendations are given on the acceleration and improvement of the domestic information market development.

Ключові слова: інформація, інформаційний ринок, інформаційні ресурси, ринок інформаційних послуг.

Стан розвитку національного інформаційного ринку визначає потенційні можливості успішного розвитку держави, забезпечення її національних інтересів [1, с. 236]. Протягом останніх років в Україні почав активно розвиватися ринок інформаційних послуг. Почали відкриватися як представництва іноземних компаній, що надають такого роду послуги, так і вітчизняні компанії. Проте українським компаніям важко скласти гідну конкуренцію іноземним корпораціям в умовах вітчизняного інформаційного ринку, що розвивається.

Основним об'єктом на інформаційному ринку виступає інформація. Інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [2].

Слід відзначити, що значний внесок у теорію інформації зробили вітчизняні вчені Колмогоров О. М., Харкевич А. А., Котельников В. А. та ін. Окрім цього свій добуток здійснили й футурологи та соціологи в своїх роботах зі створення концепції інформаційного суспільства (Д. Белл, М. Порат, А. Тоффлер, Ф. Махлуп, Т. Стоуп'єр, П. Друкер, Г. Поппель та ін.). Роботи російських вчених Глазьева С. Ю., Громова Г. Р., Майорова С. І., Румянцева А. А., Тамбовцева В. П., Іноземцева В. Л., Нижегородцева Р. М. та інших заклали основи становлення ринку інформаційних продуктів і послуг та його значення у формуванні економіки нового типу. Дослідженням у галузі економічних інформаційних систем присвячені праці вітчизняних вчених Анчишкіна А. І., Глушкова В. М., Маймінас Є. З., Канигіна Ю. М. та ін. Взаємозв'язок інформатизації та розвитку ринкових відносин у сучасних умовах досліджується в роботах Пашкус Ю. В., Риженкової І. К., Шнейдера Ю. А. та ін. Найбільш повно природу інформаційних ресурсів та інформаційного продукту, інформаційні послуги як частину сфери послуг досліджували Аузан А. А., Зяблюк Р. Т., Малахіна Р. П. та ін.

© Дудка А. І., 2014



На теперішній час актуальним залишається питання визначення ролі інформації як виробничого фактора та стратегічного ресурсу [3, с.165]. А також питання розвитку ринку інформаційних послуг.

Метою даної статті є дослідження та аналіз сучасного стану ринку інформаційних послуг та виявлення основних тенденцій його подальшого розвитку. Останнє передбачає доцільність визначення основних категорій нового інформаційного простору.

Як довів аналіз, під інформаційним ринком слід розуміти сукупність організованих відповідним чином економічних відносин різних суб'єктів щодо купівлі-продажу інформаційних ресурсів, інформаційної продукції та послуг [4, с. 40].

У свою чергу, він об'єднав у собі два великих ринки – ринок інформаційних ресурсів та ринок інформаційних послуг.

Інформація, що зафіксована на матеріальних носіях і зберігається в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних, інших інформаційних системах), утворює інформаційні ресурси [5, с. 12]. Інформаційні ресурси – це знання, підготовлені людьми для соціального використання в суспільстві і зафіксовані на матеріальному носії. Вони є базою для надання інформаційних послуг.

Відповідно до цього можна чітко визначити місце та роль ринку інформаційних послуг у структурі інформаційного ринку – він є його невід'ємною частиною. Використання термінів "інформаційний ринок" як "ринок інформаційних послуг" і навпаки, тобто як синонімів – є хибним [6, с. 73].

Ринок інформаційних послуг – це сукупність засобів, методів і умов, що дозволяють використовувати інформаційні ресурси, складає інформаційний потенціал суспільства. Це не тільки весь індустріально-технологічний комплекс виробництва сучасних засобів і методів обробки і передачі інформації, але також мережа науково-дослідних, навчальних, адміністративних, комерційних та інших організацій, що забезпечують інформаційне обслуговування на базі сучасної інформаційної технології [7].

Виходячи з можливих видів інформаційних продуктів, баз даних і ресурсів класифікація інформаційних послуг подана на рис. 1.

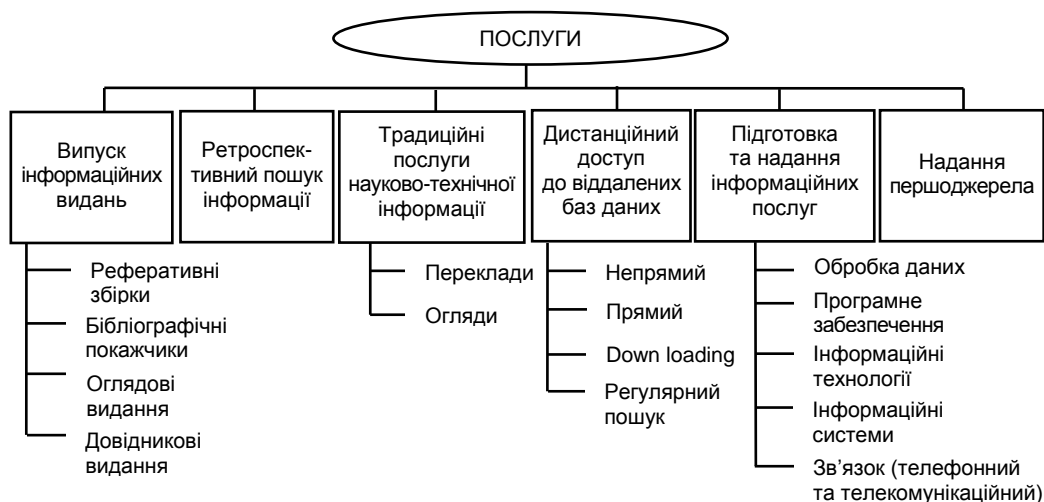


Рис. 1. Основні види інформаційних послуг

Далі можна більш детально розглянути вітчизняний ринок інформаційних послуг. Структуру ринку інформаційних послуг України наведено на рис. 2. Дана структура була сформована згідно з Національним класифікатором видів економічної діяльності України [8].

Основними постачальниками інформаційних послуг на українському ринку виступають центри-генератори баз даних, служби телекомунікацій, інформаційні брокери, маркетингові і консалтингові фірми. Більшість організацій і підприємств надають інформаційні послуги на комерційній основі, їхня діяльність спрямована на безупинне і систематичне забезпечення клієнтів важливою інформацією.

Пропозицію інформаційних послуг на українському ринку можна розділити на три основних сектори:

- виключно інформаційні послуги (надання адресно-довідникової інформації, телекомунікаційні послуги та ін.);
- інформаційно-консалтингові послуги, тобто послуги, які мають ознаки як інформаційного, так і консалтингового характеру (маркетингові дослідження, перевірка надійності партнерів та ін.);
- консалтингові послуги (консультування по зовнішньоекономічній діяльності, юридичні консультації та ін.) [3, с. 372–373].

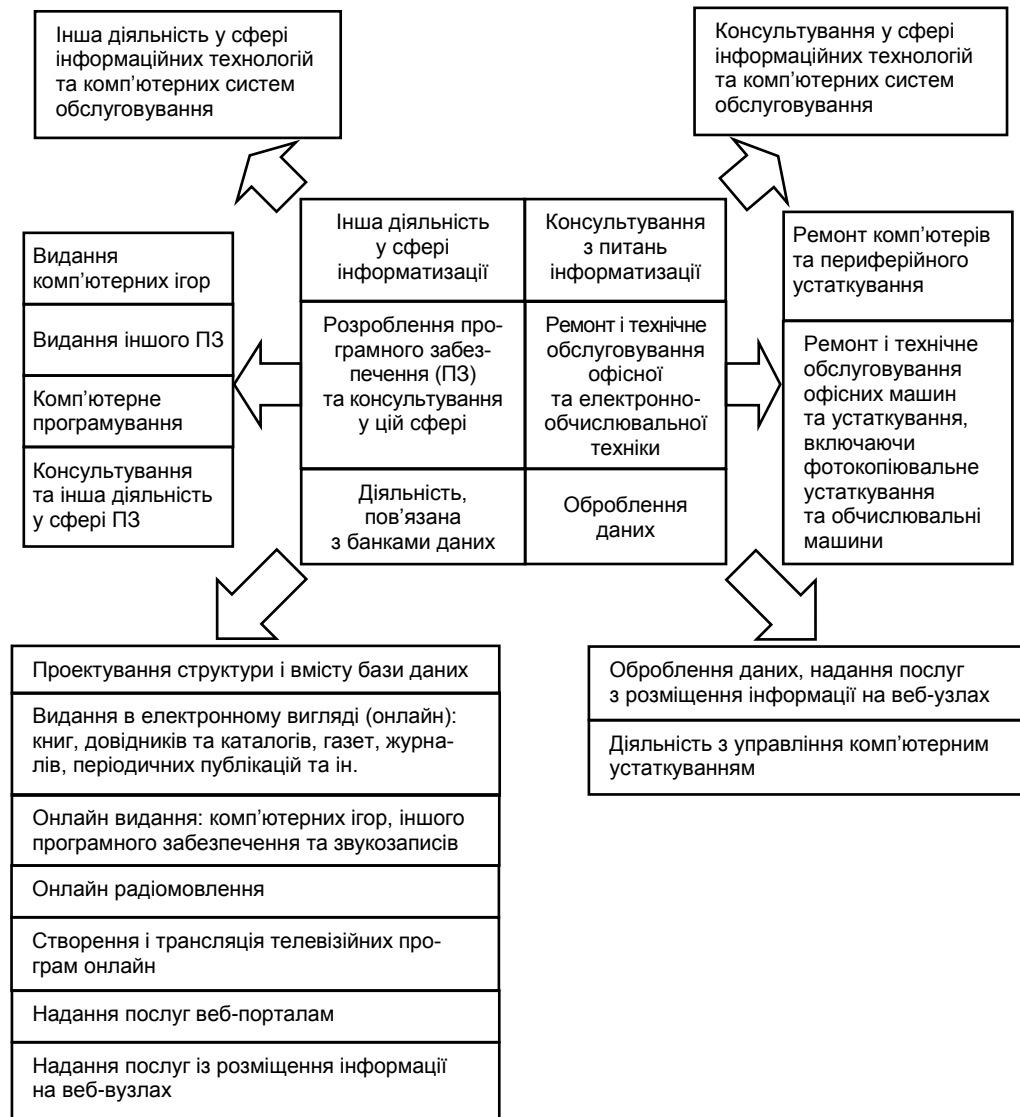


Рис. 2. Структура ринку інформаційних послуг [6, с. 75]

Національний ринок інформаційних послуг є молодим і недостатньо розвиненим, однак на даний момент найбільш перспективним. Це пояснюється зрушеннями в економіці: дематеріалізацією виробництва, інтелектуалізацією праці, інформатизацією суспільних відносин [9].

Ринку інформаційних товарів та послуг властиве:

- випередження пропозиції над попитом;
- створення нових ніш, можливість передбачення яких, з метою насичення власними інформаційними товарами та послугами, передбачає отримання конкурентних переваг;
- сама присутність на ринку, який є новим і є головною конкурентною перевагою [9].

Однією з особливостей вітчизняного ринку інформаційних послуг є те, що держава поки що відіграє на цьому ринку пасивну роль. Вона практично не регулює інформаційний ринок – ні організаційно, ні економічно. Отже, досягти стабільності національного ринку за умови пріоритетного становища на ньому вітчизняного виробника поки що не вдається. Слабкість правового регулювання інформаційного ринку накладає серйозні обмеження на його розвиток [7].

Основними проблемами, що заважають достатньому розвитку інформаційного ринку України є такі:

- процес вивчення інформаційного ринку відбувається паралельно з процесом його становлення;
- вітчизняний інформаційний ринок характеризується низьким рівнем структурованості, передусім спеціалізації послуг і розподілу сфер діяльності;
- розвиток інформаційного ринку йде від центру до регіонів, тобто, на даний час більшість структур інформаційного бізнесу зосереджено в столиці;
- держава на інформаційному ринку виступає і як основний замовник, і як основний споживач.

Сьогодні інформаційний ринок намагається існувати та розвиватися відповідно до вимог світового господарства: відбувається часткове зміщення акцентів з виробництва звичайних товарів та послуг на виробництво як індивідуальних товарів та послуг, так і складних соціальних комплексів.



Досвід зарубіжних країн свідчить, що за умови розвитку інформаційного ринку країна може отримати високі темпи економічного розвитку і, тим самим, взяти активну участь у формуванні світової економіки [9]. Для того, щоб прискорити розвиток інформаційного ринку України, і зокрема, ринку інформаційних послуг та зробити його максимально ефективним, необхідно скористатись досвідом зарубіжних країн, що вже пройшли етап становлення інформаційного ринку, та яким вдалось досягнути успіху в цьому.

Рекомендовані засоби прискорення та покращення розвитку вітчизняного інформаційного ринку:

- дієва державна підтримка інформаційної сфери, зокрема відповідна податкова політика та нормативно-законодавча база;
- потрібно не лише визнати розвиток даної сфери одним із пріоритетних напрямів державної політики, але й активніше залучати науковців до дослідження проблем розвитку інформаційного ринку та розробки пропозицій з їх вирішення;
- сприяння розвитку сектору домашнього споживання інформаційних продуктів і послуг;
- заохочення інвестицій в інформаційну індустрію.

Ринок інформаційних послуг України у даний час перебуває на етапі свого формування.

Однак, беручи до уваги потенціал України, у близькій перспективі можна очікувати створення в країні ринку інформаційних продуктів і послуг, аналогічного за значущістю та прибутковістю відповідним ринкам країн Європи. Загалом можна говорити про досить стійкі тенденції і перспективи розвитку українського інформаційного ринку, однак реалізація цих тенденцій визначатиметься активною політикою державного регулювання [11].

Наук. керівн. Борисенко М. А.

Література: 1. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навч. посібн. / Л. Ф. Єжова. – К. : КНЕУ, 2002. – 560 с. 2. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2658-ХІІ // Відомості Верховної Ради України – 1992. – № 48. 3. Румянцев А. П. Світовий ринок послуг : навч. посібн. / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с. 4. Іванова В. В. Інформаційний ринок: зарубіжні і українські реалії / В. В. Іванова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 2 (92). – С. 39–44. 5. Миндалев И. В. Мировые информационные ресурсы / И. В. Миндалев. – Красноярск : КрасГАУ, 2009. – 192 с. 6. Великородна Д. В. Зміст і структура ринку інформаційних продуктів та послуг / Д. В. Великородна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 72–76. 7. Рынок информационных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tinoko.ru/ryinok-uslug/ryinok-informatsionnyh-uslug.html>. 8. Державний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/>. 9. Луцки Ю. О. Національний ринок інформаційних товарів та послуг [Електронний ресурс] / Ю. О. Луцки // Архів наукових публікацій. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67459.doc.htm. 10. Арский Ю. М. Информационный рынок в России / Ю. М. Арский, Р. С. Гиляревский, Е. С. Егорова. – М. : ЮНИТИ, 1996. – 293 с. 11. Етапи та тенденції розвитку інформаційного ринку України // Освіта.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/93/.

Калиниченко А. В.

УДК 005.511(083.92)

Магістр 2 року навчання

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

НЕОБХІДНІСТЬ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РИНКУ

Анотація. Розглянуто важливість розробки бізнес-плану для вітчизняних підприємств. Запропоновано рекомендації щодо збільшення надійності отриманої інформації про діяльність конкурентів шляхом застосування методів математичного аналізу.

Аннотация. Рассмотрена важность разработки бизнес-плана для отечественных предприятий. Предложены рекомендации по увеличению надежности полученной информации о деятельности конкурентов путем применения методов математического анализа.

Annotation. The paper considers the importance of developing a business plan for local businesses. Recommendations are given on how to increase the reliability of information about the activities of competitors through the use of mathematical analysis.

Ключові слова: бізнес-план, конкуренція, інвестиції, підприємство, стратегічний маркетинг, методи математичного аналізу, кластер, дисперсія.

© Калиниченко А. В., 2014