кожного показника. На основі бального методу знаходяться зважені оцінку кожного критерію для кожного постачальника. На наступному етапі зважені оцінки параметрів, що характеризують кожного потенційного постачальника, додаються. Вибір робиться на користь постачальника, якому привласнюється найбільша кількість балів за сумою зважених оцінок.

Висновки з даного дослідження. Через специфіку діяльності суднобудівних підприємств в умовах валютного, ресурсного, кредитного та політичного ризиків рішення щодо вибору постачальника можна віднести до актуальних та ключових стратегічних рішень. Запропонований автором методичний підхід дозволяє урахувати вплив вище зазначених ризиків і знизити їхній рівень, обравши найкращий варіант за критеріями ціна матеріалів з урахуванням транспортних витрат, якість, умови передоплати, сервіс. Якісні показники доцільно перевести у кількісні за допомогою кодованої шкали, а кількісні ознаки пронормувати за допомогою еталонних значень. Еталонне значення параметру ціни визначається на основі матриці ризиків за критерієм Севіджу.

Література

1. Виклюк М. І. Місце та роль транспортного машинобудування в інноваційному розвитку України / М. І. Виклюк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2008. – №17.8. – С. 184–188.

2. Письменна К. С. Стан і тенденції розвитку суднобудівної промисловості в України: господарсько-правовий аспект / К. С. Письменна // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2010. – № 1. – С. 221–228.

3. Беглиця В. П. Інновації як фактор конкурентоспроможності суднобудівної галузі / В. П. Беглиця // Збірник наукових праць НУК. – Миколаїв : НУК, 2008. – №6 (423). – С. 162–165.

4. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємництві : [монографія] / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.

5. Dąbrowska-Mietek M.: Ocena i wybyr dostawcyw w branży piwowarskiej na przykładzie Browaru Namysływ Sp. z o.o., Logistyka, Nr 3, 2008.

6. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посібник / Івченко І.Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 334 с.

Надійшла 14.03.2011

УДК 331.52

О. В. ПРОСКУРОВИЧ
Хмельницький національний університет

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено процес інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття рішень в системі управління. У ній узагальнено поняття інформації як засобу і предмета управління одночасно за допомогою статистичного, семантичного, алгоритмічного та якісного підходів; наведені її характеристики, функції, наслідки її використання; висвітлені нові специфічні властивості інформації, які виражені в економічних категоріях; розглянуті нові галузі науки – інформаційна економіка та інформаційний бізнес.

The article examines the process of information-analytical support decision making in the management system. It generalizes the notion of information as an instrument and the subject is simultaneously using statistical, semantic, algorithmic and qualitative approaches, given its characteristics, functions, consequences of its use, highlights new information specific properties that are expressed in terms of economic categories, consider new science - Information Economics and business information.

Ключові слова: інформація, інформаційний бізнес, інформаційно-комунікаційні технології, інформаційні продукти і послуги, економічна інформація, інформаційний продукт, інформаційний менеджмент.

Вступ. Сучасний етап економічного розвитку характеризується всеохоплюючою інформатизацією економічних процесів, формуванням інформаційного суспільства. Це, безперечно, пов'язано із суцільним поширенням і застосуванням інформації та інформаційних технологій (ІТ) не лише в економічних процесах і науковій діяльності, а і в суспільстві в цілому.

Основою сучасного суспільства все більше стає інформаційна економіка, діяльність якої спрямована на використання інформаційних ресурсів і створення інформаційних товарів, послуг, що, у свою чергу, суттєво змінює економічні відносини, організацію виробництва, обміну, розподілу, споживання та впливає на розробку стратегії економічного розвитку країни.

В умовах глобальних перетворень потребують кардинального перегляду й інтенсивного застосування таких категорій, як інформація, інформаційний бізнес (ІБ) та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), тому основним спрямуванням статті стало комплексне дослідження цих категорій, їх сучасного стану та перспектив розвитку.

Проблеми інформатизації суспільства розглядаються у працях таких відомих зарубіжних економістів як Дж. Акерлоф, Д. Белл, А.Р. Вайнінг, Д.Л. Веймер, Н. Вінер, М. Кастельс, Дж. Стігліц, Е. Тоффлер, С. Фішер, К. Шеннон та інших.

Значний внесок у розробку теорії інформації в економічному аспекті належить також українським і російським ученим: Н. Апатова, Ю. Бажал, А. Бахур, Л. Винарик, В. Геєць, А. Демін, П. Єщенко, Г. Жаворонкова, Ю. Зайцев, Г. Калітич, В. Коган, В. Кузьменко, І. Малий, Л. Мельник, В. Мунтіян, Ю. Ніколенко, Н. Пономаренко, Г. Предик, В. Савчук, Ю. Семіонов, Л. Федулова, О. Чубукова, А. Чухно, А. Урсул.

Наявність значної кількості вчених, які зосередили увагу на сутності й ролі інформації, визначенні її впливу на економічний розвиток і конкурентоспроможність економіки, свідчить про актуальність і важливість даної проблеми.

Незважаючи на велику кількість робіт, окремі аспекти даної проблематики потребують подальшого розгляду, поглибленого вивчення й логічного продовження.

У зв'язку з цим постає необхідність у дослідженні інформації, інформаційного бізнесу та інформаційних технологій як економічних категорій, концептуальному переосмисленні їх ролі в системі ринкових відносин трансформаційного суспільства. Потребують подальшого наукового дослідження питання трансформації економічних відносин формування й використання інформаційних товарів та послуг, становлення і функціонування інформаційного ринку в системі ринкових відносин трансформаційного суспільства.

Постановка завдання. Метою та завданнями дослідження є створення комплексної системи щодо різноманітності підходів до інформації, зміни існуючої структури ІБ та ІКТ в Україні на основі аналізу діяльності провідних фірм відповідного профілю.

Результати дослідження. Інформаційна наука тільки починає розробляти свою індивідуальну методологію економіки та організації інформаційного бізнесу. Необхідність у цьому зумовлена низкою особливостей, притаманних інформаційному бізнесу як виду підприємницької діяльності. Не претендуючи на вичерпність, наведемо, на нашу думку, найбільш характерні та суттєві з них:

1) інформаційний бізнес щодо інших видів підприємницької діяльності є складовою виробничої інфраструктури і забезпечує інформаційні погреби суб'єктів господарювання та фізичних осіб;

2) специфіка інформації як товару також надає інформаційному бізнесу характерних рис: інформаційний ринок є практично безмежним, високо конкурентним та наукомістким;

3) суттєвий вплив на інформаційний бізнес чинять уже розглянуті нами інформаційні тенденції: ускладнення інформаційних продуктів, здатність до взаємодії, ліквідація проміжних ланок, глобалізація, конвергенція;

4) з розвитком інформаційних і комунікаційних технологій інформаційний бізнес стає все більш інтегрованим в усі сфери діяльності людини, науку, виробництво, соціальну сферу;

5) інформаційний бізнес є надзвичайно високоінтелектуальним видом діяльності;

6) для інформаційного бізнесу типовою є ситуація «некомпетентності» користувача при виборі продукту, оскільки необхідним є професійне орієнтування в широкій номенклатурі виробів;

7) споживача цікавлять лише ті інформаційні продукти і послуги (ІПП), які безпосередньо стосуються його діяльності;

8) фірми, які працюють у сфері інформаційного бізнесу, віддають перевагу створенню власних ІПП (це не стосується стратегічних ІПП — програмних і технічних засобів), не вдаючись до послуг інших компаній, з метою забезпечення більшого контролю за якістю ІПП, оскільки якість продукції є головним активом будь-якої фірми;

9) інформаційний бізнес, як і будь-яке машинне виробництво, характеризується тим, що зростання продуктивності праці та обсягів продукції, яка виробляється (ІПП), більшою мірою залежить від техніко-технологічного потенціалу, ніж від умінь, фізіологічних можливостей і майстерності працівників;

10) для інформаційного бізнесу характерною є переважно контрактна форма підприємництва і підтримування близьких до неформальних стосунків зі своїми споживачами, що сприяє добрим діловим зв'язкам, наближує виробника до споживача і дає змогу швидко реагувати на його нові запити та можливості;

11) економічна інформація в основному породжується самим ринком і потоки інформації у зовнішньому середовищі мають горизонтальний напрямок, відбувається обмін інформацією між суб'єктами ринку: виробниками та споживачами, постачальниками та одержувачами, банками та підприємцями, інформаційними фірмами (службами) та користувачами.

Розробка економіко-організаційних основ інформатизації суспільства вимагає аналізу сутності його категорій.

В сучасних умовах накопичення і використання інформації визнане найбільш важливим фактором виживання взагалі і в сфері комерції, зокрема. Підвищення ролі інформації в економічних і суспільних процесах, бурхливий розвиток нових високоефективних інформаційних технологій та їх значний вплив на організацію бізнес-процесів ініціювало розвиток нового виду підприємницької діяльності —

інформаційного бізнесу.

Інформація є наслідком творчої діяльності людини, вона є не просто одним із необхідних компонентів життєдіяльності, а незмінною складовою структури соціально-економічної діяльності. Суцільне впровадження інформаційних товарів та послуг у соціально-економічні та виробничі процеси спонукає розглядати інформацію як економічну категорію, яка в сучасних умовах є одним із важливих чинників, що надає ряд економічних переваг і забезпечує якісні зміни.

Досліджуючи сутність інформації в економічній літературі існує дуже багато підходів до визначення цієї категорії.

Термін «інформація» (з лат. — роз'яснення, виклад) сьогодні став дуже популярним. Власне, кожна людина по-своєму визначає поняття «інформація». Так, на думку Р. Емерсона, фахівця в галузі інформаційних систем (США), інформація — це накопичені думки та досвід безлічі людей [1]. Або, інформація — обмін відомостями між людьми, людиною та автоматом, автоматом і автоматом [2]; інформація — відомості про будь-що, які є об'єктом збирання, зберігання, переробки.

Згідно Закону України «Про інформацію» під інформацією розуміється документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

З погляду бізнесу, системи управління ним, інформація — це ті дані, які допомагають прийняти управлінське рішення. Інформація є тим ціннішою, чим відповідальнішим є рішення, яке прийматиметься на основі цієї інформації. Таким чином, ті самі дані можуть мати різну цінність, отже, й різну вартість у різних ситуаціях, у різний час і для різних споживачів (фізичних чи юридичних осіб). Така особливість дає можливість інформаційному бізнесу отримувати дуже великі прибутки, що робить його особливо привабливим.

У тлумачному словнику з основ інформаційної діяльності наведено таке визначення: інформація — це відомості про факти, події, явища, процеси, які розглядаються в аспекті їх передавання у просторі та часі, незалежно від фізичної форми їх надання, використовувані з метою збереження або отримання знання, прийняття рішення, забезпечення функціонування суспільства. Інформація є основою для прийняття будь-якого управлінського, комерційного, науково-технічного рішення [3, с. 17].

З наведених визначень видно, що у кожному випадку наголошується на певному аспекті, найбільш важливому, з точки зору автора, виходячи з напряму дослідження. Підтвердженням цієї думки можуть бути ще два визначення, наведені в державних стандартах України. Так, в ДСТУ 2392-94 «Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення» записано: інформація — знання, що розглядаються в аспекті комунікації [4 с. 8]. А в ДСТУ 2938-94 «Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення» щодо процесу оброблення даних конкретизується: інформація — будь-які знання про предмети, факти, поняття і т. ін. проблемної сфери, якими обмінюються користувачі системи оброблення даних [5, с. 3].

Можна було б продовжувати далі. Але обмежимось одним цікавим визначенням, наведеним у [6, с. 12]: «інформація — відомості про навколишній світ (об'єкти, явища, події, процеси тощо), що зменшують міру невизначеності, неповноти знань, які є відчуженими від їх творця і стали повідомленнями (вираженими певною мовою у вигляді знаків, у тому числі й записаними на матеріальному носії), які можна відтворювати шляхом передавання людьми усно, письмово або в інший спосіб (з допомогою умовних сигналів, технічних засобів, обчислювальних засобів тощо)». У цьому визначенні, побудованому на кількох інших, для нас важливо таке:

- інформація — це не будь-які відомості, вона несе в собі щось нове, що зменшує наявну невизначеність;
- інформація існує поза її творцем, це відчужене від її творця знання; знання — відображення дійсності в мисленні людини;
- інформація стала повідомленням, оскільки вона виражена на певній мові у вигляді знаків;
- повідомлення може бути записане на матеріальному носії, доступне для відтворення без участі автора та є формою передавання інформації;
- інформація передається в канали суспільної комунікації.

Інформація дає змогу будь-якому суб’єкту підприємництва:

- визначати стратегічні, тактичні та оперативні цілі та задачі організації;
- здійснювати контроль за поточним станом організації, її підрозділів і процесів у них;
- ухвалювати обґрунтовані та своєчасні рішення;
- координувати дії підрозділів у досягненні цілей.

На основі розглянутих підходів, нами пропонується визначати інформацію, як економічну категорію, як один із фундаментальних ресурсів економічної системи, як інформаційний або інтелектуальний продукт, як об’єкт інтелектуальної власності, як суспільне благо та, водночас, як об’єкт купівлі-продажу, тобто товар як капітал, як інструмент та об’єкт ринкового механізму, як найважливіший фактор у конкурентній боротьбі.

Внаслідок створення і використання інформації та її похідних виникає новий вид діяльності –

інформаційна діяльність, яка є складовою суспільного виробництва, пов'язаного із підготовкою інформаційних товарів та послуг, спрямованих на задоволення суспільних потреб. Ця діяльність передбачає виконання наступних функцій: збір інформації, її опрацювання, формування інформаційних масивів, зберігання та поширення інформаційних товарів та послуг.

Нова інформаційна галузь економіки починає набирати темпів розвитку, однак ще відносно повільних у порівнянні з країнами із високорозвиненою економікою. Слід зазначити, що величина сумарних витрат на інформаційні продукти має велике значення, що характеризується позитивним зростанням використаних інформаційних ресурсів: збільшується частка нових інформаційних товарів та послуг у структурі ВВП; прискореними темпами відбувається розвиток інформаційно-комунікаційних технологій; збільшується чисельність абонентів світової мережі Інтернет; інтенсивно розширюється національна мережа зв'язку, яка використовує супутникові канали; майже всі галузі економіки збільшують масштаби використання інформаційних товарів та послуг; сучасне суспільство усвідомило невідкладну потребу у формуванні та розвитку інформаційної економіки.

Отже, можна стверджувати, що інформаційний продукт є ідеальним продуктом, який набуває статусу стратегічного фактору економічного піднесення, що впливає на загальний вектор розвитку економіки країни та на започаткування якісно нового типу суспільно-економічного розвитку – інформаційного суспільства.

Темпи збільшення й поширення інформації у поєднанні із знаннями, новими технологіями щорічно зростають, що, безумовно, впливає на показники індустрії інформаційних товарів та послуг та позитивно позначається на системі економічного розвитку. Однак, інформаційна індустрія розвивається паралельно зы збільшенням розриву між бідними та багатими країнами: економіка розвинутих країн вступила в нову фазу розвитку на основі застосування новітніх інформаційних продуктів, водночас економіка недостатньо розвинених країн світу освоює запозичені інформаційні продукти.

Інформаційна індустрія України формується, однак ще недостатньою мірою впливає на створення ВНП країни, як це успішно відбувається в розвинених країнах світу. Їхній досвід доводить, що одним із важливих питань розвитку економіки є просування країни в напрямку впровадження, використання інформаційного продукту та формування інформаційної економіки. Надприбутки мають країни, які виготовляють й експортують сучасні технології та нові інформаційні товари, послуги. За ними йдуть держави, що виробляють товари. Найменші доходи відповідно мають країни, які спеціалізуються на експорті сировини.

Стає очевидним, що основною задачею сьогодення є створення базових засад для формування й розвитку інформаційної економіки та інформаційного суспільства. Ключовим завданням має бути прискорений розвиток ринку інформаційних товарів та послуг і, як результат – формування конкурентно-ефективної економіки, без чого всі спроби створити повноцінне інформаційне суспільство приречені на невдачу.

Підвищення ролі інформації в економічних і суспільних процесах, бурхливий розвиток нових високоефективних інформаційних технологій та їх значний вплив на організацію бізнес-процесів ініціювало розвиток нового виду підприємницької діяльності — інформаційного бізнесу.

За обговорення поняття «інформаційний бізнес» доводиться стикатися з двома основними проблемами: по-перше, досі не існує загальноприйнятого наукового визначення цієї сфери діяльності; по-друге, інформаційний бізнес у всьому світі, особливо в Європі, продовжує тримати в секреті відомості про комерційну сторону справи, що ускладнює проведення аналізу інформаційної індустрії.

Поняття «інформаційний бізнес» останнім часом використовується як синонім поняттю «індустрія перероблення інформації» і характеризує сферу індустріальної діяльності зі збирання, оброблення, зберігання, передавання інформації та здійснення управлінських процесів, тобто сфері інформаційно-управлінської діяльності на засадах інформаційної технології. Інформаційний бізнес — це бізнес, що здійснюэться в інформаційній сфері економіки.

Зародження цього виду бізнесу відносять на кінець 60-х років, формування як самостійної галузі — на 70-і роки, у 80-і роки він перетворився на великий багатогалузевий комплекс зі своєю інфраструктурою. У сфері інформаційного бізнесу створюються інформаційні моделі подій, людей, дій та інших об'єктів. Ці інформаційні «еквіваленти» можуть бути використані будь-якою діловою організацією або особою для прийняття управлінського рішення.

Інформаційний бізнес як нова технологічна база управління у своєму розвиненому (кінцевому) вигляді виступає як мережа сполучених між собою каналами зв'язку різноманітних інформаційних структур, які акумулюють та постійно оновлюють інформаційні ресурси різних видів з метою задоволення інформаційних потреб користувачів, а також мають розвинену систему програм, що забезпечує вирішення практично всіх (або, принаймні, більшості) задач економічного і соціального управління. З різновидами інформаційних структур ми ознайомимося пізніше.

Інформаційний бізнес – це сфера підприємницької діяльності, пов'язана з розробкою, виробництвом і розповсюдженням компонентів ІКТ.

Формуванню та розвитку інформаційного бізнесу сприяв розвиток технічної бази (передусім ЕОМ і

засобів зв'язку), а також ставлення до інформації як до товару і стратегічного ресурсу виробничої та комерційної діяльності. Все це сприяло переведенню інформаційної діяльності на індустріальні рейки. Інформаційний бізнес поступово виборює панівні позиції в організаційно-управлінському процесі. І це має величезне значення для сучасного соціально-економічного розвитку, особливо в умовах переходу до інформаційного суспільства.

Аналізуючи процес інформатизації суспільства, варто виділити три її ступені: комп'ютеризацію, власне інформатизацію, інтелектуалізацію, а також 3 групи інформаційних процесів: стихійні, регульовані, детерміновані. В Україні, з її складною економічною та соціальною ситуацією, позитивні наслідки може дати тільки регульована інформатизація.

Важко переоцінити роль інформації та методів її зібрання й обробки в процесі управління мікро- та макроекономікою. Але природно розглянути й інверсне питання: управління інформацією та інформаційними технологіями на мікро- та макроекономічному рівнях. Сучасне суспільство називають інформаційним, а інформацію вже приєднали до основних його ресурсів. Тому, сьогодні управління потребує, передусім, сама інформація.

Термін інформаційний менеджмент (ІМ) можна розповсюдити на проблему управління будь-якою структурою. На підприємстві він забезпечує обробку інформації, офісну автоматизацію, юридичну та соціальну практику, зв'язок, розвиток технологій, консалтінг, зростання професійного рівня кадрів. Організація ІМ на підприємстві здійснюється шляхом виконання стратегічних адміністративних й оперативних завдань. Завдання ІМ на рівні державного управління набувають іншого ступеня деталізації та потребують для свого виконання переробки набагато більшого обсягу інформації. Складність розробки автоматизованих процедур управління полягає в тому, що, на відміну від рівня підприємства, об'єкт управління не має чітких меж, а функції управління часто повністю не визначені.

ІБ представляє собою нову сферу підприємницької діяльності у вигляді найкрупнішого багатогалузевого комплексу з уже складеною інфраструктурою і, з одного боку, входить до інфраструктури всієї системи підприємницької діяльності, з іншого боку, є самостійною сферою бізнесу. Функціонально-конструктивну схему ІБ наведено на рис. 1.

Втілення нових форм інтеграції та розповсюдження ІКТ відповідає радикальним змінам в організаційних структурах управління підприємствами, які сприяють швидкій і гнучкій реакції на конкуруюче оточення. Це не тільки економічний і організаційний вплив, але й зміна соціальних відносин.

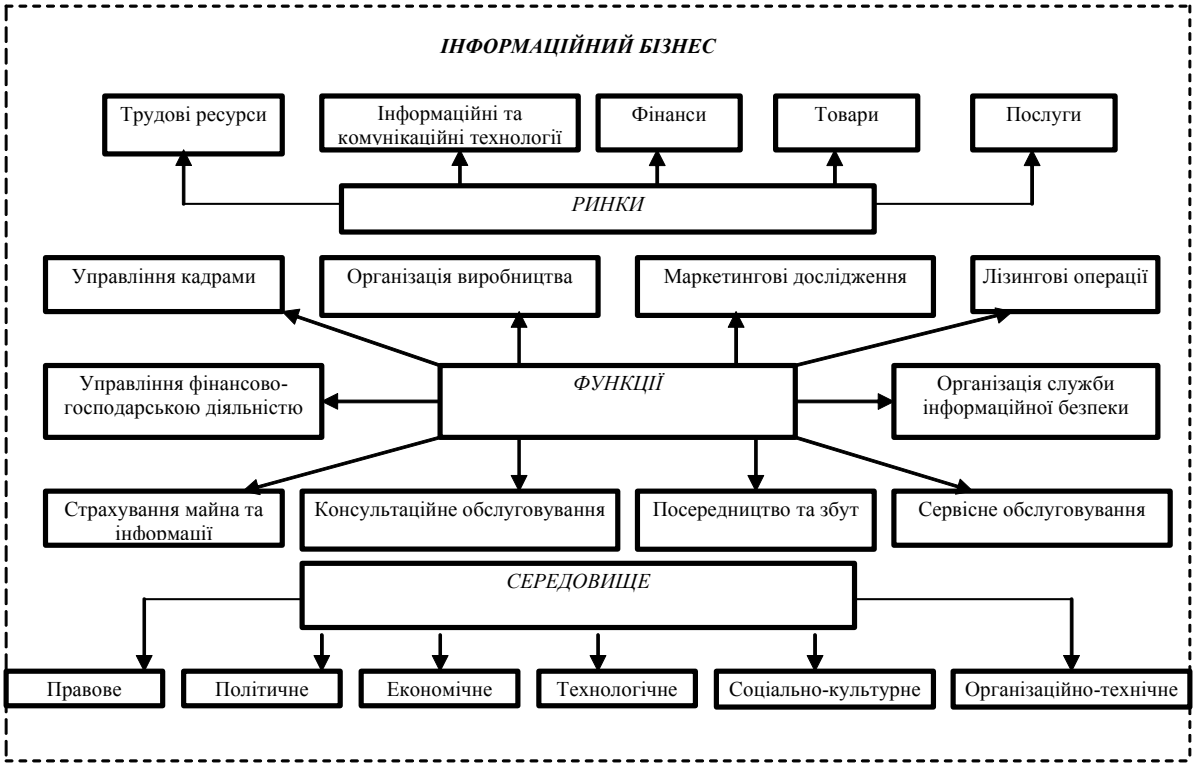

Рис. 1. Функціонально-конструктивна схема інформаційного бізнесу

Нові інформаційні технології виникли спочатку тільки як концепція, а потім з'явились продукти для побудови систем, зорієнтованих на бізнес. Ці технології потребують нових робочих місць, більшої безпеки, високої якості життя; вони можуть бути використані для розвитку нових видів діяльності, розробки інформаційних мереж, моніторингових систем, поліпшення діяльності адміністративних і суспільних служб,

підвищення рівня інформаційної безпеки, спрощення багатьох аспектів повсякденного життя людей. ІТ на ринку виступають і як продукт споживання, і як засіб виробництва, оскільки від них залежить інформаційне забезпечення ринку і, отже, його нормальне функціонування. Здійснюючи суттєвий вплив на формування ринку інформаційних продуктів і послуг, систем електронної обробки даних і телекомунікацій (ринку ІКТ), самі інформаційно-комунікаційні технології знаходяться в більшій залежності від положення на цьому ринку (рис. 2).

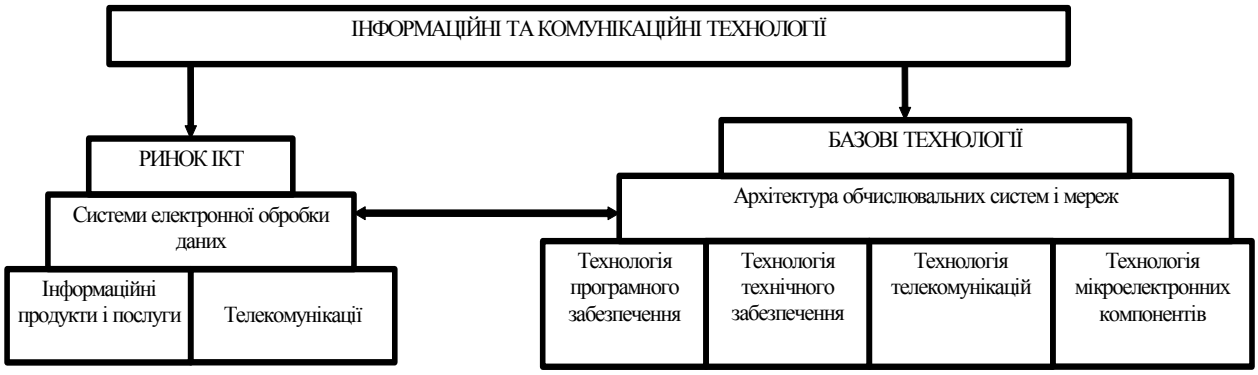

Рис. 2. Взаємоінтеграція ІКТ та ринку ІКТ

Головним інформаційним джерелом є ринок і його структури, а отже економічні суб'єкти зацікавлені в отриманні реальних даних про ціни, попит на окремі товари і т. ін. Тому мова повинна іти не про пасивну інформацію, а про діяльний фактор перетворення економіки.

У ринковому господарстві виділяють чотири макросектори: споживчих засобів, засобів виробництва, праці, грошей і цінних паперів, до яких додається п'ятий сектор – ринок інформації.

Ринок у силу його складності та багатоаспектності можна розглядати в декількох розрізах: за об'єктами, в просторовому розрізі, за механізмом функціонування, за рівнем насиченості. Пропонуються п'ять макросекторів інформаційного ринку: науково-технічна продукція, об'єкти художньої культури, управлінські дані та повідомлення, побутова інформація, послуги освіти.

Основними тенденціями в розвитку ринку ІКТ є:

- жорстока конкуренція та цінові війни;
- зміни в практиці бізнесу;
- багаторазове використання програмних продуктів.

Аналіз сучасних проблем розвитку ІКТ виявляє необхідність вирішення комплексу задач, пов'язаних з дослідженням правових, організаційних і економічних аспектів удосконалення ІБ:

- статистичний аналіз співвідношення ІКТ і ВВП у масштабах світового ринку;
- стримуючі фактори впливу на процес становлення ринку програмних продуктів;
- аналіз особливостей ринку в Україні, країнах СНД і колишнього СРСР;
- напрямки розвитку концепції ІБ на рівні підприємств і держави в цілому;
- класифікація організаційних форм ІБ (за класами обчислювальної техніки, за ступенем централізації розміщення обладнання, за потужністю парку основних машин), що дозволяє узагальнити та виділити класифікаційні ознаки нових організаційних форм ІБ.

Поява нових організаційних форм ІБ пов'язано з розробкою і визначенням стратегії його освоєння: прямі закордонні інвестиції, виключне ліцензування, множинне ліцензування, створення СП, комбіноване створення СП та ліцензування в різних формах. Найбільш прибутковою при створенні відповідних сприятливих умов є перша стратегія (пряме інвестування), а найбільш гнучкою – остання (комбінування).

Сучасна індустрія ІКТ являє собою інтегрований комплекс виробничої, науково-дослідницької, інформаційної, консультаційної, маркетингової й управлінської діяльності. Обсяг виробництва сектору ІТ свідчить про високий потенціал ІТ і можливу привабливість для потенційних інвесторів. Рівень розвитку ІКТ дуже тісно пов'язаний з виробництвом ВВП та інвестиціями в кожній окремій країні. Статистичні дані свідчать про стійке зростання ринку технологій: ринок ПЗ є найбільш стійким в галузі ІТ, швидко зростає ринок професійних послуг.

Висновки. Складові частини ІБ його форми та зміст постійно змінюються відображаючи склад наукових і прикладних розробок, вимог користувацького середовища. Тому, саме комплексний розгляд компонентів ІБ з урахуванням динаміки їх розвитку дозволив отримати вичерпну уяву та повну характеристику ІБ і застосовувати його як ефективний інноваційний засіб розвитку економіки України.

Широке впровадження компонентів ІБ та ІКТ стимулює швидкий розвиток новітніх технологій, значне підвищення продуктивності праці, більш ефективне використання енергетичних матеріальних і людських ресурсів, підвищення якості діяльності суспільства в цілому, створення умов для розвитку нових галузей.

Література

1. Поппель Г. Информационная технология – миллионные прибыли / [Поппель Г., Голстайн Б. и др.] ; пер. с англ. ; под ред. В. В. Симаков. – М. : Экономика, 1990. – 238с.
2. Писаревский М. Компьютерный рынок Украины. Итоги 2009 года / М. Писаревский // Computerworld Россия. – 2010. – № 30.
3. Толковый словарь по основам информационной деятельности. – К. : УкрИНТЭИ, 1995. – 252 с.
4. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення / Держкомстат України. – Офіц. вид. – К. : Держкомстат України, 1994. – 53 с.
5. ДСТУ 2938-94. Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення / Держкомстат України. – Офіц. вид. – К. : Держкомстат України, 1994. – 23 с.
6. Годин В. В. Управление информационными ресурсами / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М. : ИНФРА – М, 2009. – 402 с.

Надійшла 14.03.2011

УДК 658.1:331.23

М. П. ЧАЙКОВСКАЯ
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ИТ-ПОТЕНЦИАЛ УКРАИНЫ В МИРОВОМ РАЗДЕЛЕНИИ ТРУДА

Рассмотрено и обобщенно понятие IT-аутсорсинга, тенденции развития мирового, регионального рынков IT-услуг и IT-аутсорсинга в кризисный и посткризисный период, проанализирован кластер перспективных стран Восточной Европы относительно развития IT-аутсорсинга, выявлен потенциал Украины в этом кластере и на глобальном рынке, проанализированы конкурентные преимущества, особые черты, модели функционирования и актуальные направления развития.

Reviewed and summarized concept of IT outsourcing, trends in the global, regional markets for IT services and IT outsourcing services in crisis and post-crisis period, analyzed a cluster of promising countries in Eastern Europe towards the development of IT outsourcing services, revealed the potential of Ukraine in the cluster and the global market, analyzed the competitive advantages special features, business model and current development trends.

Ключевые слова: IT-аутсорсинг, IT-ауфстаффинг, модель, IT-рынок.

Вступ. Мощные трансформационные процессы, берущие свое начало в 90-х годах XX века, связанные с повышением гибкости организаций, мобильности технологий, тенденциями перехода к обществу услуг, ориентации на экологизацию деятельности, оптимизацию издержек и внутренних ресурсов, повышение производительности труда побуждают современные предприятия к переходу от традиционной схемы управления внутренними мощностями к аутсорсинговым моделям. Однако если в XX веке процессы аутсорсинга охватывали отдельные функции и бизнес-процессы, то в современных условиях аутсорсинг принимает стратегическое значение в менеджменте предприятия. Минимум 90% современных предприятий пользуются аутсорсингом, 42% организаций считают аутсорсинговые проекты финансово выгодными, 27% – видят в аутсорсинге основной фактор повышения конкурентоспособности [1, с. 140]. Особую актуальность вопросы аутсорсинга приобретают в условиях финансового кризиса, дефицита квалифицированных кадров, стремления компаний сократить затраты и сконцентрироваться на основных направлениях бизнеса. Современный аутсорсинг охватывает все отрасли общественного производства, однако расширение общего проникновения информационных технологий (ИТ) в бизнес-процессы компаний инициировали тенденции экспоненциального роста аутсорсинга внутренних функций ИТ и ИТ-инфраструктуры (ИТ-аутсорсинга). Если до 2008 года темпы роста затрат на собственный ИТ персонал преобладали и составляли 30–35%, на внешний – до 20%, то к 2012 году прогнозируют изменения тенденции в сторону внешних услуг (15% и 50% соответственно). Развитие ИТ-аутсорсинга базируется динамизме и структурных трансформациях ИТ-отрасли. За последние 5 лет доходы ИТ-отрасли росли в среднем на 10% в год, при среднем темпе роста экономики 3-4%, что привело к увеличению доли сектора в структуре ВВП как развитых, так и развивающихся стран. По прогнозам международных аналитических агентств, высокие темпы роста – около 9% – сохранятся и в течение следующих пяти лет [2, с. 133]. К основным трендам развития ИТ-сектора последних лет относится качественные скачки технических характеристик устройств, уменьшение доли оборудования, опережающий рост услуг по отношению к сектору программного обеспечения в связи с возрастающей сложностью ИТ-проектов, а также перемещение бизнеса в страны с низкой стоимостью труда.

Исследованием аутсорсинговой модели менеджмента занимаются как зарубежные (Спарроу Э., Хейвуд Дж. Б., Йордон Э., Жан-Луи Бравар, Квецински М., Петерс П., Хох Д., Прохоров А.), так и отечественные (Аникин Б.А, Литвак А.Г. Мироненко Н.С., Рудая И.Л.) ученые. Так Дж. Брайана Хейвуд рассматривал аутсорсинг, как перевод внутреннего подразделения или подразделений предприятия и всех, связанных с ним активов в организацию поставщика услуг, предлагающего оказать некую услугу в течение