

Тема: ОСНОВИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

1. Основні елементи ринкової економіки
2. Концепція інформаційного суспільства
3. Інформаційні тенденції та їх вплив на економічні процеси
4. ІТ-сфера економіки та її структура
5. Класифікація видів економічної діяльності у сфері інформаційних технологій
6. ІТ-ринок і механізм його функціонування (Поняття і структура ринку інформаційних технологій. Учасники ринку інформаційних технологій і характерні моделі організації їх взаємодії. Механізм функціонування ІТ-ринку)
7. Етапи, особливості, проблеми і перспективи розвитку ринку інформаційних технологій в Україні

1. Основні елементи ринкової економіки

Матеріал цього питання базується на загальнооекономічних знаннях і висвітлює нові тенденції, що намітились у структурі економіки, зумовлені інтенсивним розвитком інформаційних технологій та їх впливом на всі сфери життєдіяльності людини.

Вивчити самостійно
за посібником!!!!

*1. Основні елементи ринкової економіки
(На що треба звернути увагу)*

1. Основні елементи ринкової економіки

Вивчення цього питання доцільно розпочати з основного загальнооекономічного понятійного апарату, необхідного для опанування цієї теми.

Треба чітко уявляти, що являє собою:

- економіка як наука;
- сутність ринкової економіки;
- сучасні форми ринкової економіки;
- роль держави в ринковій економіці;
- що таке сфера економічної активності людей та її складові;
- які структури складають суспільний (державний) і приватний сектор ділової активності;
- ринки, на яких взаємодіють господарські суб'єкти різних типів (домашні господарства, бізнес і держава);
- поняття та складові ринкової інфраструктури та ін.

Економіка

наука про те, як окремі люди і суспільство, за допомогою грошей і без їх участі, використовують обмежені ресурси для виробництва корисних продуктів і розподіляють їх серед різних груп людей.

Ринкова економіка

змішана економіка, в якій виробництво розвивається під дією власних ринкових сил, що направляють підприємницьку активність виробників, а держава регулює цей процес, встановлюючи правову структуру бізнесу, контролює її дотримання, здійснює різні соціальні та політичні програми.

Сфера економічної активності

Сфера ділової активності – частина сфери економічної активності людей структурними елементами якої є організації бізнесу та урядові (державні) інститути.

Споживча сфера економіки – частина сфери економічної активності людей основною економічною функцією якої є споживання кінцевих продуктів і послуг, що виробляються бізнесом.

Структурною одиницею цієї сфери економіки, зазвичай є “середня” сім’я, що веде окреме домашнє господарство, має спільну власність, отримує спільний дохід і має у середньому сталу структуру витрат.

Суспільний (державний) сектор ділової активності

- включає міністерства,
- місцеві органи влади,
- установи соціального забезпечення та охорони здоров'я,
- навчальні заклади,
- збройні сили,
- публічні (державні) організації (наприклад, бібліотеки),
- відкриті акціонерні товариства,
- націоналізовані галузі промисловості (тобто ті, що не підлягають приватизації, наприклад, атомна енергетика).

Приватний сектор ділової активності

- організації бізнесу,
- приватні фірми різного господарського статусу – від індивідуальних до крупних акціонерних компаній.

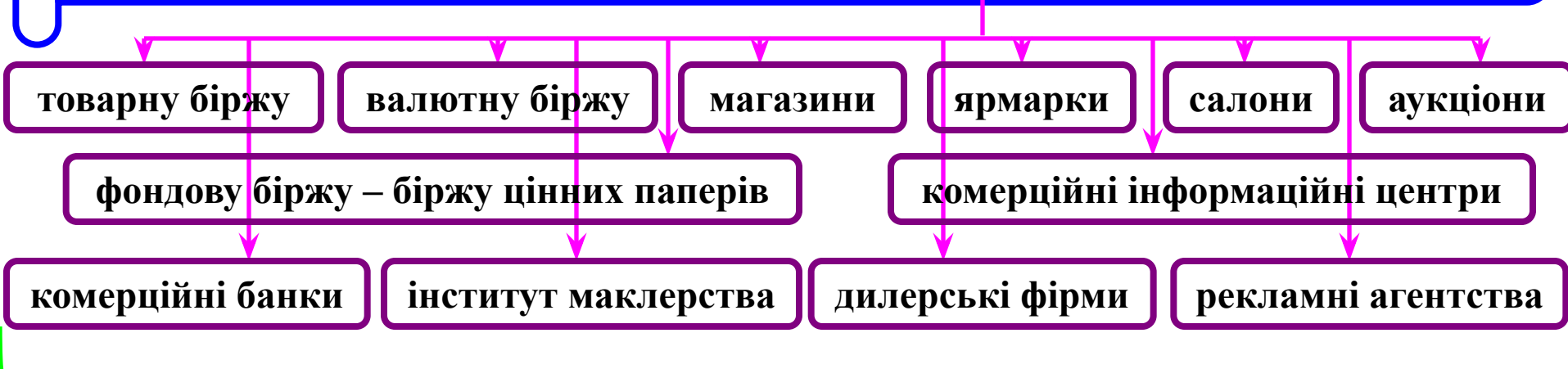
Основною їх функцією є виробництво товарів та послуг для домашніх господарств та уряду, тобто задоволення індивідуальних і суспільних потреб нації.

Механізм ринкової економіки значно складніший від механізму адміністративно-командної системи.

Для ефективного функціонування ринкового механізму, **необхідні певні умови та інститути** у сфері економічних відносин, технологічних структур виробництва, соціальних та політичних структур.

Їх прийнято називати **ринковою інфраструктурою**.

Під **ринковою інфраструктурою** розуміють весь комплекс елементів і видів діяльності, які створюють організаційно-економічні умови для функціонування механізму регулювання обміну між товаровиробником (організаціями бізнесу) та державними (урядовими, суспільними, приватними) інститутами, як суб'єктами регулювання ринкових відносин. **Вона включає:**



Їх головною задачею є сприяти ефективній взаємодії клієнтів.

Елементи ринкової інфраструктури можна об'єднати у певні системи:
 товарну, фондову, кредитну, інформаційну тощо.

У найближчому майбутньому вирішальний вплив на економічні процеси буде чинити саме **інформаційна інфраструктура**, яка створює новий простір для бізнесу.

Інформаційна інфраструктура об'єднує різні компоненти, не надаючи жодному з них вирішальної переваги:

- ✓ обладнання для передачі, зберігання, обробки даних, голосу, образів;
- ✓ велику кількість пристроїв, включаючи камери, сканери, клавіатури, телефони, комп'ютери, перемикачі, компакт-диски, кабелі, проводи, оптичні кабелі, лінії передач, монітори, принтери тощо.

Крім технічних, цінність інформаційної інфраструктури визначається такими її компонентами, як:

інформація, яка може мати вигляд наукових або ділових баз даних, записів звуків, бібліотечних архівів тощо;

програмне забезпечення, яке дозволяє користувачам маніпулювати даними, отримувати доступ і переглядати великі масиви інформації;

стандартні мережі і коди передавання, які полегшують встановлення взаємозв'язків між мережами, забезпечують захист інформації і надійність мереж;

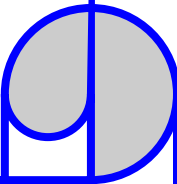
фахівці зі сфери інформаційного бізнесу, які створюють інформацію, програми, продукти, обладнання.

Розвиток інформаційних технологій викликав до життя нову економічну категорію – інформацію, інформаційні ресурси.

Раніше розглядалися три складові виробництва – природні ресурси, праця і капітал, які заміщають одна одну; на сьогодні виділяють третю складову – інформацію.

Ефективність економічної діяльності сьогодні базується на перетворенні інформації, яку можна визначити як цілеспрямований обмін впорядкованими даними між господарськими або іншими структурами і фізичними особами.

Інформація є мірою впорядкованості та стійкості економічної системи.



У сучасних умовах активно формується інформаційне середовище (кіберпростір або інфосфера), яке за допомогою засобів обчислювальної техніки і високошвидкісних комунікаційних каналів не тільки нагромаджує і розповсюджує інформацію, але і впливає на світову економіку.

Остання поступово починає функціонувати в умовах об'єднаного ринку. Зникають географічні, етнічні, політичні й інші кордони, що перешкоджали обміну економічною інформацією, який в сучасних умовах набуває глобального характеру.

Інформаційна діяльність стає вирішальною складовою як виробництва, так і споживання; вона розглядається як єдина субстанція, що об'єднує предмети, засоби і продукти праці

Як і будь-який товар, цінну інформацію можна продати і купити.

Цінність інформаційних ресурсів базується на часовій сутності – найбільш цінною є інформація в момент виникнення, а з плином часу внаслідок тиражування вона швидко знецінюється

Інформаційна складова впливає на структуру капіталу, змінює виробничі та ринкові параметри продукції.

Інформація інтегрується практично з усіма ресурсами економіки (сировиною, енергією, працею, фінансами, технологіями, управлінням тощо), корінним чином змінюючи їх властивості.

Внаслідок чого вона виступає не тільки як сукупність деяких даних, але і як складова частина ВВП

2. Концепція інформаційного суспільства

2.1. Сутність концепції інформаційного суспільства

Інформаційне суспільство характеризується тим, що інформація, знання, інформаційні послуги і всі галузі, пов'язані з їх виробництвом ростуть більш швидкими темпами, стають джерелом нових робочих місць, домінують в економічному розвитку.

**Інформація є
одним із:**

нетрадиційних ресурсів, який потребує широкого промислового (індустріального) освоєння;

найважливіших продуктів суспільного виробництва;

цінних і ходових товарів в національній та міжнародній торгівлі.

Характерні риси інформаційного суспільства:

зміна в концепції виробництва, в укладі життя та системі цінностей;

зростання значущості культурного дозвілля по відношенню до матеріальних цінностей;

в інформаційному суспільстві виробляються і споживаються інтелект, знання, що призводить до збільшення частки розумової праці;

людині необхідна буде здатність до творчості, викликана зростанням попиту на знання;

матеріальна і технологічна база інформаційного суспільства – це різноманітні системи на базі комп'ютерної техніки і комп'ютерних мереж, інформаційних технологій і телекомунікаційного зв'язку;

більшість працюючих зайнято виробництвом, зберіганням, переробкою і реалізацією інформації, особливо її вищої форми – знань;

комп'ютеризація й автоматизація усіх сфер людського життя;

діяльність людей зосереджена на обробці інформації, а матеріальне виробництво і виробництво енергії покладено на механізми.

Характерні риси інформаційного суспільства:

вирішена проблема інформаційної кризи, тобто вирішена суперечність між інформаційною лавиною і інформаційним голодом;

забезпечено пріоритет інформації в порівнянні з іншими ресурсами;

головною формою розвитку стане інформаційна економіка;

в основу суспільства будуть закладені автоматизовані генерація, зберігання, обробка і використання знань за допомогою новітньої інформаційної техніки і технології;

інформаційна технологія набуде глобального характеру, охоплюючи всі сфери соціальної діяльності людини;

формується інформаційна єдність всієї людської цивілізації через формування єдиного інформаційного простору;

за допомогою засобів інформатики реалізований вільний доступ кожної людини до інформаційних ресурсів всієї цивілізації, обмежений тільки інформаційною безпекою особистості, суспільних груп і всього суспільства;

досягнуто високої інформаційної культури населення – рівня загальної та комп'ютерної підготовки;

реалізовані гуманістичні принципи управління суспільством і впливу на навколишнє середовище.

Прогнозуються такі небезпечні тенденції у розвитку інформаційного суспільства:



усе більший вплив на суспільство засобів масової інформації;

інформаційні технології можуть зруйнувати приватне життя людей і організацій;

існує проблема відбору якісної і достовірної інформації;

багатьом людям буде важко пристосуватися до середовища інформаційного суспільства. Існує небезпека розриву між "інформаційною елітою" (людьми, що займаються розробкою інформаційних технологій) і споживачами.

Ближче за всіх на шляху до інформаційного суспільства є країни з розвиненою інформаційною індустрією, до числа яких відносяться:



Японія



ЗАКОН УКРАЇНИ

Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки
від 9 січня 2007 року N 537-V

ЗАВДАННЯ, ЦІЛІ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ:

Основним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні є **сприяння кожній людині на засадах широкого використання сучасних ІКТ можливостей створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, повною мірою реалізуючи свій потенціал, підвищуючи якість свого життя і сприяючи сталому розвитку країни на основі цілей і принципів, проголошених Організацією Об'єднаних Націй, Декларації принципів (995-с57) та Плану дій, напрацьованих на Всесвітніх зустрічах на вищому рівні з питань інформаційного суспільства (Женева, грудень 2003 року; Туніс, листопад 2005 року) та Постанови Верховної Ради України від 1 грудня 2005 року "Про Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні" (3175-15).**

1. Основні стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні:

- прискорення розробки та впровадження новітніх конкурентоспроможних ІКТ в усі сфери суспільного життя, зокрема в економіку України і в діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності населення, насамперед шляхом створення системи освіти, орієнтованої на використання новітніх ІКТ у формуванні всебічно розвиненої особистості;
- розвиток національної інформаційної інфраструктури та її інтеграція із світовою інфраструктурою;
- державна підтримка нових "електронних" секторів економіки (торгівлі, надання фінансових і банківських послуг тощо);
- створення загальнодержавних інформаційних систем, насамперед у сферах охорони здоров'я, освіти, науки, культури, охорони довкілля;
- покращення стану інформаційної безпеки в умовах використання новітніх ІКТ.

1. Основні стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні: (закінчення)

- державна підтримка використання новітніх ІКТ засобами масової інформації;
- використання ІКТ для вдосконалення державного управління, відносин між державою і громадянами, становлення електронних форм взаємодії між органами державної влади та органами місцевого самоврядування і фізичними та юридичними особами;
- досягнення ефективної участі всіх регіонів у процесах становлення інформаційного суспільства шляхом децентралізації та підтримки регіональних і місцевих ініціатив;
- захист інформаційних прав громадян, насамперед щодо доступності інформації, захисту інформації про особу, підтримки демократичних інститутів та мінімізації ризику "інформаційної нерівності";
- вдосконалення законодавства з регулювання інформаційних відносин;
- покращення стану інформаційної безпеки в умовах використання новітніх ІКТ.

Основними напрямками розвитку інформаційного суспільства в Україні Законом визначені такі:

- формування та впровадження правових, організаційних, науково-технічних, економічних, фінансових, технологічних, методичних умов розвитку інформаційного суспільства в Україні з урахуванням світових тенденцій;
- всебічний розвиток загальнодоступної інформаційної інфраструктури на засадах сприяння вітчизняному виробництву новітніх ІКТ та інформаційно-телекомунікаційних систем, подолання технічної і технологічної залежності від зарубіжних виробників;
- забезпечення вільного доступу населення до телекомунікаційних послуг, зокрема до мережі Інтернет, ІКТ та інформаційних ресурсів;
- збільшення різноманітності та кількості послуг населенню та бізнесу, що надаються за допомогою ІКТ;

Основними напрямками розвитку інформаційного суспільства в Україні Законом визначені такі:

- створення загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів на основі врахування національних, світоглядних, політичних, економічних, культурних та інших аспектів розвитку України;
- надання кожній людині можливості для здобуття знань, умінь і навичок з використанням ІКТ під час навчання, виховання та професійної підготовки;
- створення умов для забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності усіх верств населення, створення системи мотивацій щодо впровадження і використання ІКТ для формування широкого попиту на такі технології в усіх сферах життя суспільства;
- забезпечення участі громадськості в побудові інформаційного суспільства, забезпечення конституційних прав людини, суспільства та держави в інформаційній сфері;
- розробку та впровадження системи індикаторів розвитку інформаційного суспільства в Україні з внесенням відповідних змін у систему державних статистичних спостережень з узгодженням їх з міжнародними стандартами і методологією та щорічним їх

Запровадження засад взаємодії учасників побудови інформаційного суспільства передбачає, що це суспільство розбудовується за умови співпраці і солідарності громадян, приватного сектору економіки, органів державної влади та органів місцевого самоврядування, відповідних об'єднань громадян

При цьому:

- органи державної влади визначають пріоритети розвитку, забезпечують їх досягнення і всебічну підтримку, координують та стимулюють виконання завдань, формують законодавчу базу і контролюють її виконання всіма учасниками побудови інформаційного суспільства;
- приватний сектор економіки, здебільшого, забезпечує впровадження та використання ІКТ у всіх сферах життя, вдосконалює інформаційну інфраструктуру, надає інформаційні та комунікаційні послуги тощо;
- об'єднання громадян взаємодіють з органами державної влади, органами місцевого самоврядування і приватним сектором економіки у питаннях забезпечення справедливого та рівного доступу до інформаційних і комунікаційних послуг, формують громадську думку щодо пріоритетів та перспектив розвитку інформаційного суспільства;
- держава, приватний сектор економіки та об'єднання громадян сприяють встановленню і розширенню взаємовигідних відносин з міжнародними організаціями, в тому числі з міжнародними фінансовими установами, які відіграють провідну роль у розвитку інформаційного суспільства та оцінці прогресу в цій сфері.

НАЦІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ передбачає:

1. Перехід до пріоритетного науково-технічного та інноваційного розвитку
2. Законодавче забезпечення розвитку інформаційного суспільства
3. Формування сприятливих економічних умов розвитку інформаційного суспільства
4. Розвиток загальнодоступної інформаційної інфраструктури
5. Забезпечення повсюдного доступу до телекомунікаційних послуг та інформаційних ресурсів
6. Сприяння збільшенню різноманітності та кількості електронних послуг
7. Забезпечення створення загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів
8. Підготовка людини для роботи в інформаційному суспільстві
9. Створення системи мотивацій щодо впровадження і використання ІКТ
10. Наука та культура в інформаційному суспільстві
11. Охорона здоров'я в інформаційному суспільстві
12. Охорона навколишнього природного середовища
13. Інформаційна безпека в інформаційному суспільстві

3. Формування сприятливих економічних умов розвитку інформаційного суспільства

Основними макроекономічними завданнями у процесі розвитку інформаційного суспільства визначити:

- **підвищення конкурентоспроможності** національної економіки, забезпечення сталого економічного зростання держави та матеріального добробуту її громадян за рахунок впровадження ІКТ;
- **забезпечення підвищення вкладу** в економічне зростання держави підприємств, що провадять діяльність у сфері інформатизації, і галузей, які широко використовують ІКТ, шляхом формування збалансованої регуляторної та, зокрема, податкової політики;
- **сприяння підприємницькій діяльності у сфері ІКТ за рахунок формування системи адміністративних, правових і економічних механізмів**, які стимулюватимуть попит на інформаційну продукцію, залучення інвестицій в ІКТ, розвитку конкуренції, просування вітчизняної продукції на міжнародний ринок.

Механізми реалізації Основних засад

- **планування** соціально-економічного розвитку України з **урахуванням потреб розвитку інформаційного суспільства** із зазначенням очікуваних результатів такого розвитку;
- розробка та **прийняття відповідних державних програм** для забезпечення завдань розвитку інформаційного суспільства в Україні;
- **забезпечення громадської дискусії** щодо засад формування інформаційного суспільства в Україні з метою доведення до населення прагнень органів державної влади та органів місцевого самоврядування, приватного сектору економіки, об'єднань громадян щодо розвитку інформаційного суспільства як визначального чинника економічного і суспільного розвитку;
- **активна міжнародна співпраця** з питань інформаційного суспільства;
- гармонійне поєднання можливостей **органів державної влади та органів місцевого самоврядування, приватного сектору економіки;**
- **фінансування загальнодержавних програм, державних цільових програм** з впровадження ІКТ, соціально важливих проектів, таких як забезпечення доступу до ІКТ у сільській місцевості, а також у важкодоступних районах;
- **координація розробки та реалізації загальнодержавних програм, державних цільових програм та бізнес-проектів** з метою зменшення інвестиційних ризиків, зниження операційних витрат;
- **сприяння діяльності спеціалізованих бізнес-інкубаторів, технопарків, технополісів, центрів високих інформаційних технологій та інших інноваційних структур з ІКТ.**

2.2. Роль інформатизації при переході до інформаційного суспільства

Термін “інформатизація” все настирливіше витісняє термін “комп’ютеризація”, що широко використовувався донедавна.

**Різниця між цими термінами
зумовлена різницею між об’єктом і
предметом цих процесів.**

Об’єктом комп’ютеризації є інформаційні технології та системи.

Предметом комп’ютеризації є засоби автоматичності, електроніки, обчислювальної та іншої інформаційної техніки.

Основна увага приділяється розвитку і впровадженню технічної бази – комп’ютерів, що забезпечують оперативне отримання результатів переробки інформації та її накопичення.

Об’єктом інформатизації є суспільство в цілому.

Предметом інформатизації є інформаційні технології та системи.

Основна увага приділяється комплексу заходів, направлених на забезпечення повного використання достовірного, вичерпного і своєчасного знання в усіх видах людської діяльності.

Інформатизація розповсюджується тільки на соціальні системи, а комп’ютеризація – і на соціальні, і на технічні системи.

Інформатизація – це сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб, реалізації прав громадян і суспільства на основі створення, розвитку, використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, створених на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки.



Інформатизація сама по собі може бути предметом дослідження, результатом якого є:

- базові концепції,
- ключові чинники, методики оцінки очікуваного ефекту і потенційних небезпек, обґрунтування програм і планів побудови інформаційного суспільства.

2.3. Інформаційна культура

Перехід до інформаційного суспільства висуває до особистісних характеристик людини нові вимоги:

необхідність швидкого сприйняття і обробки великих обсягів інформації

володіння сучасними засобами, методами і технологією роботи

спроможність приймати рішення на основі колективного знання

Людина повинна мати певний рівень культури поводження з інформацією

Інформаційна культура – це уміння цілеспрямовано працювати з інформацією і використовувати для її отримання, обробки і передачі комп'ютерну інформаційну технологію, сучасні технічні засоби і методи.

Інформаційна культура у вузькому значенні слова – це рівень інформаційного спілкування людей, досягнутого в процесі його розвитку, а також характеристика інформаційної сфери життєдіяльності людей, у якій ми можемо відмітити ступінь досягнутого, кількість і якість створеного, тенденції розвитку, ступінь прогнозування майбутнього

Інформаційна культура пов'язана з соціальною природою людини і є продуктом різноманітних творчих здібностей людини і виявляється в таких аспектах:

у конкретних навичках по використанню технічних пристроїв (від телефону до персонального комп'ютера і комп'ютерних мереж);

у здатності використати в своїй діяльності комп'ютерну інформаційну технологію, базовою складовою якою є численні програмні продукти;

в умінні витягувати інформацію з різних джерел: як з періодичної преси, так і з електронних комунікацій, представляти її в зрозумілому вигляді та уміти її ефективно використати;

у володінні основами аналітичної переробки інформації;

в умінні працювати з різною інформацією;

у знанні особливостей інформаційних потоків у своїй сфері діяльності.

Інформаційна культура вбирає в себе знання з таких наук:

★ кібернетика

★ інформатика

★ теорія інформації

★ логіка

★ математика

★ програмування

★ теорія проектування баз даних тощо

В інформаційному суспільстві істотно підвищуються вимоги до рівня професійної підготовки всіх його учасників

Особливої ваги набуває проблема інформатизації освіти як напряду, пов'язаного з набуттям і розвитком інформаційної культури людини

Отже, освіта стає “об'єктом” інформатизації, в якому необхідно змінити зміст підготовки з метою забезпечити майбутньому фахівцеві не тільки загальноосвітні та професійні знання в галузі інформатики, але і необхідний рівень інформаційної культури

Виконання інформаційних проектів в освітній галузі повинно здійснюватись у таких основних напрямках:

1

Оснащення системи вищої школи технічними засобами інформатизації.

2

Створення сучасного інформаційного середовища системи вищої освіти і науки.

3

Інформатизація процесу навчання.

4

Інформатизація наукових досліджень у вищій школі.

5

Створення організаційної інфраструктури забезпечення процесу інформатизації вищої освіти.

6

Управління системою вищої школи як об'єктом інформатизації.

7

Інформаційна інтеграція вищої школи України в світову вузівську систему.

2.4. Роль держави у формуванні інформаційного суспільства

Інформаційне суспільство
відрізняється від суспільства, в
якому домінують традиційна
промисловість і сфера послуг тим,
що інформація, знання,
інформаційні послуги, і всі галузі,
пов'язані з їх виробництвом
(телекомунікаційна, комп'ютерна,
телевізійна) ростуть більш
швидкими темпами, є джерелом
нових робочих місць, стають
домінуючими в економічному
розвитку.



Під *державною інформаційною політикою* будемо розуміти регулювальну діяльність державних органів, направлену на розвиток інформаційної сфери суспільства, яка охоплює не тільки телекомунікації, інформаційні системи або засоби масової інформації, а всю сукупність виробництв і відносин, пов'язаних зі створенням, зберіганням, обробленням, демонстрацією, передачею інформації будь-якого виду – ділової, розважальної, науково-освітньої, новин тощо.

Технологічні зміни, що відбуваються в інформаційній сфері породжують цілу низку питань:

Перше пов'язане з проблемою зайнятості: чи зможуть люди пристосуватися до таких змін, чи породжують ІТТ нові робочі місця або чи руйнують ті, що вже є?

Друге питання стосується демократії і рівності: чи збільшить складність і висока вартість сучасних технологій розрив між індустріальними і менш розвиненими країнами, молодим і старшим поколіннями, тими, хто уміє з ними поводитися, і хто їх не знає?

Третє питання полягає у розробці заходів по зменшенню загрози існуючому механізму функціонування суспільства через те, що в перехідний до інформаційного суспільства період відбувається розділення людей на тих, що мають інформацію і уміють поводитися з ІТТ і тих, що не мають таких навичок. Поки ІТТ будуть залишатися у розпорядженні невеликої соціальної групи, така загроза буде зберігатися.

Нові інформаційні та телекомунікаційні технології (ІТТ):

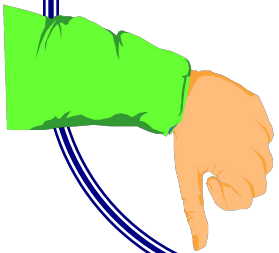
~~розширюють права громадян через надання практично моментального доступу до різноманітної інформації;~~

збільшують можливості людей брати участь в процесі прийняття політичних рішень і стежити за діями урядів;

~~надають можливість активно продукувати інформацію, а не тільки її споживати;~~

забезпечують засоби захисту приватного життя і анонімність особистих повідомлень і комунікацій.

Всепроникаючий характер і швидкість впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у повсякденне життя людей і всі сектори економіки дає можливість очікувати високих темпів економічного зростання.



Однак насправді вплив ІТТ на суспільство залежить від їх соціального сприйняття, від тих структурних і інституціональних змін, які необхідні для повної реалізації потенціалу ІТТ, а саме:

реорганізації бізнесу

переусвідомлення
взаємовідносин держави і
приватного сектора

впровадження нових механізмів
регулювання

розробка державного механізму
врегулювання проблем, що
виникають

впровадження нових видів
організації роботи

3. Інформаційні тенденції та їх вплив на економічні процеси

(1) стратегія

(2) люди і культура

(3) якість продукції і технологія

(4) маркетинг

І
н
ф
о
р
м
а
ц
і
й
н
и
й
п
р
о
д
у
к
т

Під інформаційним продуктом розуміють різні аспекти знань, дані, твори мистецтва та інші форми інформації і розваг, отримані традиційним шляхом або за допомогою електронної техніки

**“Інформаційні тенденції” є
рушійною силою у розширенні
виробництва та використання
інформаційних технологій**

**1) ускладнення
інформаційних
продуктів**

**2) здатність до
взаємодії;**

**3) ліквідація
проміжних
ланок**

4) глобалізація

5) конвергенція

**1) УСКЛАДНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ –
займає головне місце в інформаційних тенденціях оскільки:**

інформаційний продукт (ІП) у формі різноманітної інформації є джерелом знань для людини;

ІП у вигляді програмних засобів, баз даних, баз знань і служб експертного забезпечення набуває стратегічного значення у порівнянні з такими характеристиками засобів, як обчислювальна потужність, об'єм пам'яті чи пропускна спроможність;

довершений ІП зберігає свою цінність набагато довше, ніж конкретні носії інформаційного продукту;

технологія зменшує вартість окремих блоків більшості засобів обчислювальної техніки;

вартість інформаційного обслуговування зростає, що викликано:

високою вартістю кваліфікованої праці

високою вартістю матеріального забезпечення

2) ЗДАТНІСТЬ ДО ВЗАЄМОДІЇ –
це можливість обміну інформаційною продукцією між двома або більше зацікавленими сторонами

Взаємодія логічних елементів ІТ розпочинається і закінчується різними видами інформації (мова, дані, зображення) і трьома людськими чуттями її сприйняття: слухом, відчуттям (дотиком) і зором. Між цими вхідними і вихідними елементами знаходиться інформаційний продукт різних рівнів: операційні системи, СУБД, прикладне забезпечення і сама інформація.

Критерії здатності до взаємодії:

сполучення у часі всіх компонентів взаємодії логічних елементів

розробка нових міжнародних стандартів на програмні та апаратні засоби, дисплеї, бази даних та мережі.

Нині існує міжнародний стандарт OSI (Open System Interconnection) – взаємозв'язок відкритих систем.

На його основі створено еталонну семирівневу модель архітектури відкритих систем, яка має такі рівні:

1) фізичний

2) каналний

3) мережний

4) транспортний

5) сесійний

6) прикладний

7) рівень представлення даних

3) ЛІКВІДАЦІЯ ПРОМІЖНИХ ЛАНОК **у взаємовідносинах постачальників та покупців продукції**

Ліквідація проміжних ланок стала можливою завдяки перетворенню інформації за допомогою нових інформаційних технологій у форми, доступні та зручні для негайного використання користувачем.

У результаті ліквідації проміжних ланок:

Під загрозу скорочення підпадають ✓ агенти з продажу, ✓ клерки, ✓ оператори телефонних мереж, ✓ посередники тощо; і цей перелік буде постійно збільшуватися.

Споживач стає безпосереднім учасником інформаційного виробничого процесу і цим змінює як свої функціональні обов'язки і можливості, так і функції і можливості інформаційного бізнесу.

Споживач має можливість безпосередньо визначати напрямки розвитку та удосконалення діяльності інформаційної фірми та її продукції.

Має місце таке протиріччя: з одного боку інформація необхідна кожному працівникові, з іншого – кожний кваліфікований спеціаліст стає джерелом та носієм інформації в своїй організації.

4) ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

полягає в тому, що можливості інформаційного ринку (або ринку ІТ), не зважаючи на досить жорстку конкуренцію між основними виробниками, є безмежними, оскільки теоретично кожна людина є потенційним споживачем інформації.

Основними ознаками глобалізації є:

інформаційний ринок є найбільш динамічним: постійно зростає кількість фірм, що на ньому працюють;

відбувається консолідація усіх сил і ресурсів в інформаційному бізнесі;

швидко розвиваються нові великі науково-дослідні програми, проекти, міжнародні об'єднання постачальників та виробників інформаційних технологій;

за обсягом виробництва інформаційна галузь займає другу сходинку в переліку найбільш великих галузей світової промисловості.

5) КОНВЕРГЕНЦІЯ

полягає в тому, що змінюються традиційні представлення про структуру та основні складові економіки; стає складно розмежувати окремі види продукції та знайти їм певне місце у структурі виробництва, що склалась.

Основні ознаки конвергенції:

стираються грані між різними видами інформаційної діяльності;

прогресує тенденція об'єднання компаній інформаційного бізнесу або через купівлю, або через більш низькі форми кооперативної власності (злиття, купівля акцій, участь у спільних проектах);

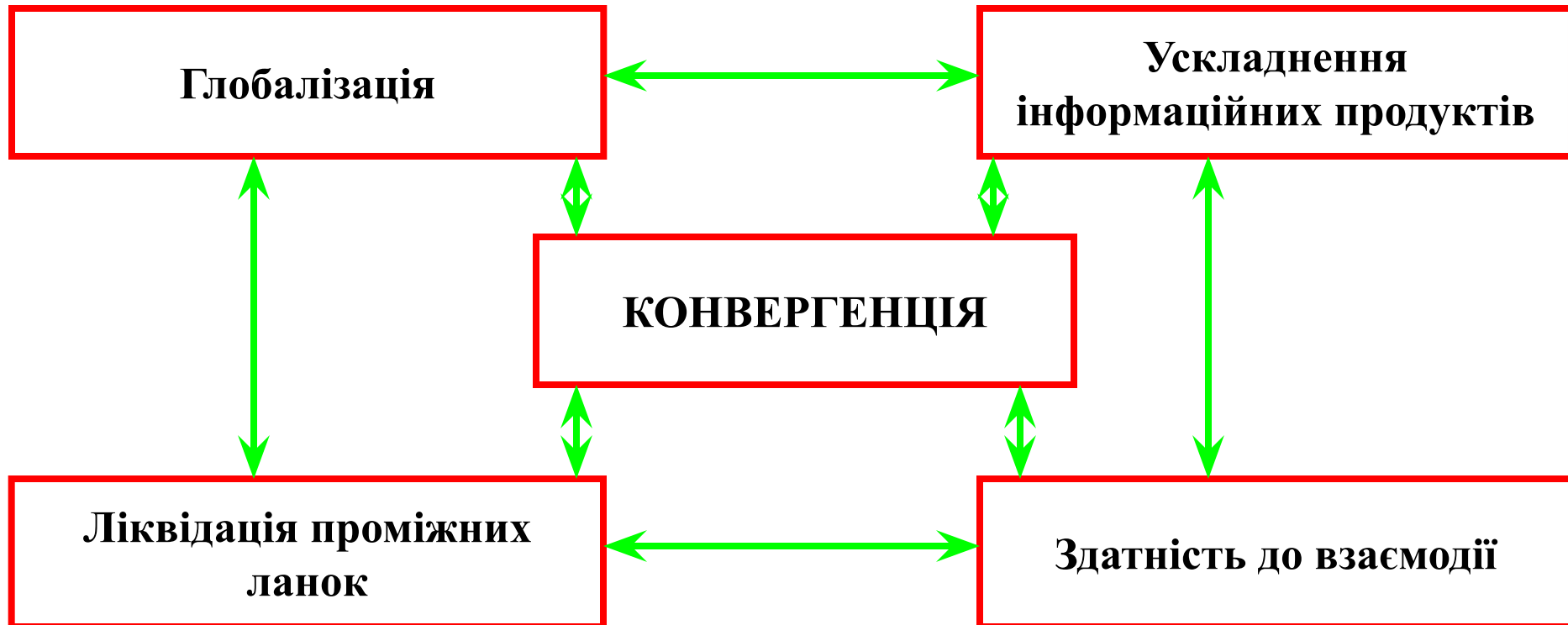
зникнення розбіжностей між виробами та послугами, інформаційними продуктами та засобами, що використовуються у побуті та бізнесі.

Конвергенція є кінцевим результатом розвитку чотирьох попередніх тенденцій.

Взаємозв'язок між п'ятьма інформаційними тенденціями досить значний – кожна з них підсилює одна одну.

Прагнення до удосконалення інформаційного продукту тягне за собою розвиток здатності до взаємодії, яка забезпечує можливість ліквідації проміжних ланок.

Остання призводить до глобалізації, яка в свою чергу – до конвергенції. А конвергенція стимулює розповсюдження знань в галузі ІТ, що сприяє підвищенню попиту на інформаційний продукт.



4. ІТ-сфера економіки та її структура

На сьогодні ще не вироблено єдиного загальноприйнятого трактування поняття інформаційної сфери економіки; використовуються різні терміни: *“інформаційна економіка”*, *“індустрія знань”*, *“інформаційна індустрія”* *“інформаційна галузь”* тощо.



Американський економіст Ф.Махлуп розробив концепцію *“індустрії знань”*, яку розглядав як сукупність різних об'єктів, що виробляють знання, інформаційні товари та послуги як для себе, так і для інших.

Він ввів нове поняття – *“сфера виробництва та розповсюдження знань”*.

Автори дослідження “Економіка інформації” віднесли до інформаційної сфери економіки вісім великих галузей:

1) виробництво знань

2) розповсюдження знань

3) страхування

4) реклама

5) переробка та передача інформації

6) інформаційні товари (від авторучки до ЕОМ)

7) окремі напрямки діяльності урядових установ

8) будівлі, конторське та ділове обладнання і меблі

Американський вчений М.Порет значно удосконалив концепцію інформаційної економіки та розробив методологію її всебічного аналізу.

В основу своєї концепції він поклав поняття “інформаційна діяльність”.

Інформація – це дані, які організуються та передаються.

Інформаційна діяльність включає всі ресурси, що використовуються під час виробництва, оброблення та розподілу інформаційних товарів та послуг.

Інформаційна економіка поділяється на два сектори:

- 1) *первинний* – для якого інформаційна діяльність є основною, і
- 2) *вторинний* – для якого інформаційна діяльність є допоміжною.

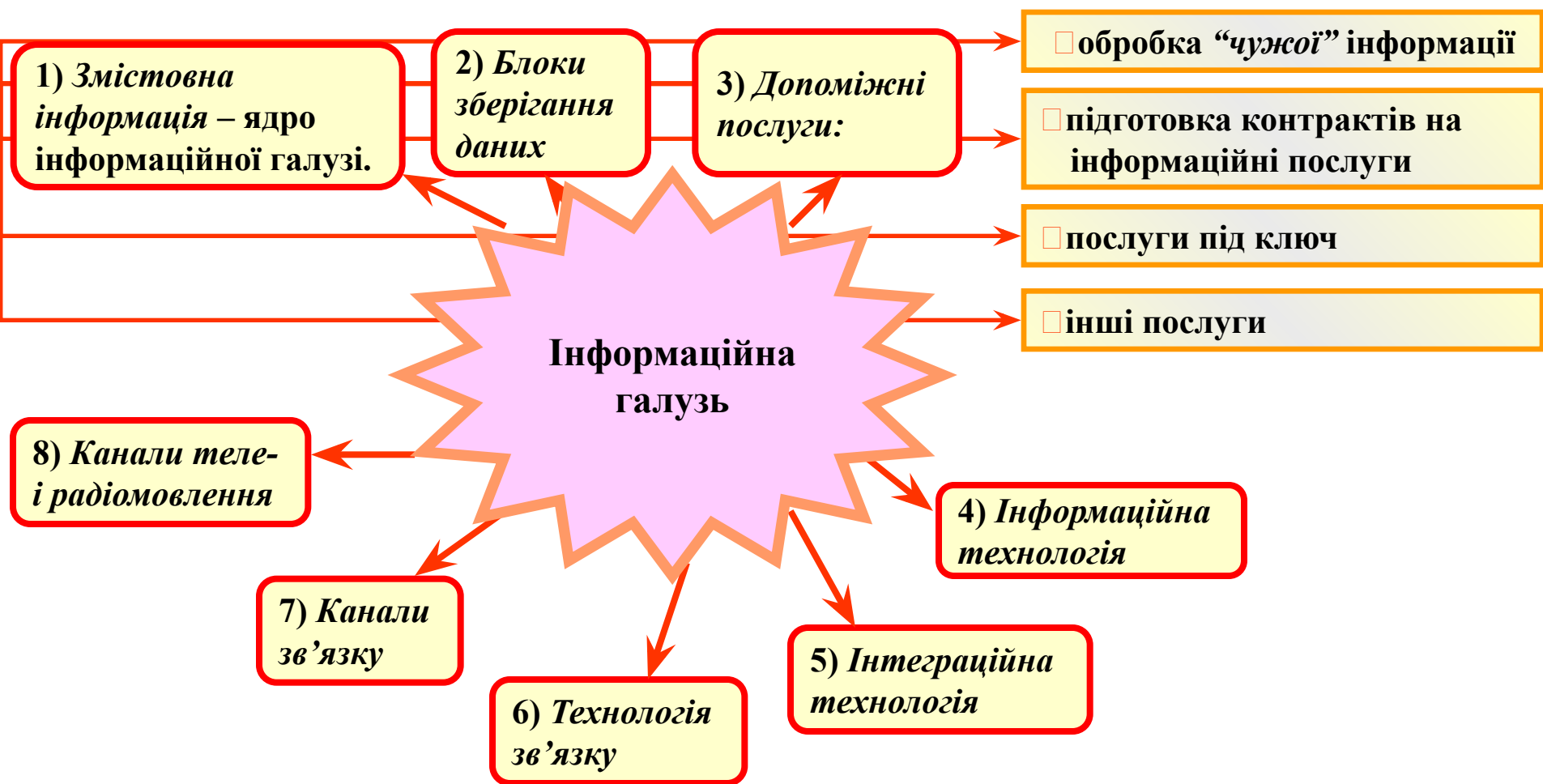
Поль А.Страссман вводить поняття “робота з інформацією” або “інформаційна робота”, до якого відносить всіх зайнятих обробкою інформації, виробництвом інформаційних товарів та послуг; а також тих, хто працює з інформацією неповний робочий день.

Крім того, особливу увагу Поль А.Страссман приділяє поняттю “домашнього виробництва” – переміщення інформаційної роботи з контор додому.

Радянський вчений професор С.П.Куценко одним з перших у 1972 році запропонував та обґрунтував доцільність виділення “індустрії інформації”, як самостійної галузі народного господарства. Від довів, що підприємства інформаційної індустрії мають усі основні ознаки, які характеризують будь-яку галузь економіки: ✓ сукупність однорідних підприємств або організацій; ✓ однорідність продукції або послуг, що виробляються; ✓ задоволення однорідних потреб; ✓ місце підприємств або організацій в народному господарстві загалом.

В 1977 році академік В.М.Глушков ввів у вітчизняну науку поняття “індустрія переробки інформації”. Він стверджував, що інформаційну галузь необхідно організаційно оформити як спеціальне відомство зі своїми специфічними функціями, відмінними від галузей, які виробляють ЕОМ та автоматизовані системи обробки даних.

Схема інформаційної галузі Леррі Деєма:



Можна виділити деякі об'єктивні стійкі тенденції розвитку інформаційної економіки:

1} науково-технічний прогрес за своєю природою сприяє зростанню інформаційної сфери і збільшенню чисельності зайнятих в ній;

2} показниками динаміки зайнятості, оплати праці (внаслідок великої питомої ваги високооплачуваних працівників) та іншими показниками загальноінформаційна економіка домінує в економіці розвинених країн за

3} в середньому частка зайнятих в інформаційній економіці в загальній чисельності економічно активного населення (зайнятого в економіці взагалі) за кожне повосенне п'ятиріччя збільшувалася на 2,8% і складає на сьогодні в розвинених країнах близько 50%.

В даному курсі будемо використовувати такі поняття:

Інформаційна сфера економіки – сфера суспільно- виробничих відносин, пов'язаних з отриманням та використанням інформаційних ресурсів, сфера інформаційної діяльності людей, пов'язана з переробкою та створенням інформаційних продуктів та наданням інформаційних послуг.

Структура інформаційної сфери складається з двох секторів:

Первинний сектор об'єднує структури, пов'язані з розробкою і використанням апаратних і програмних засобів інформатики, нових інформаційних технологій, а також з інформаційним сервісом населення. У цьому секторі інформаційна діяльність є основною.

Вторинний сектор об'єднує інформаційні процеси та системи всередині інших “неінформаційних” галузей економіки, пов'язаних з виробництвом та перетворенням сировини, матеріалів та енергії. Для цього сектора інформаційна діяльність не є основною.

Видами інформаційної діяльності є: ✓ виробництво інформації, ✓ розподіл і розповсюдження інформації, ✓ споживання інформації, ✓ обслуговування інформаційної діяльності.

Ці види інформаційної діяльності реалізують інформаційні працівники наступних узагальнених професій:

✓ розподільники і розповсюджувачі інформації – займаються передачею і наданням інформації споживачам; серед них можна виділити працівників, що спеціалізуються на передачі інформації з використанням тих або інших видів інформації та зв'язку.

✓ споживачі інформації – отримують інформацію та реагують на неї.

✓ працівники, що обслуговують основну інформаційну діяльність – займаються обслуговуванням інформаційної техніки, інформаційної технології і інформаційних систем.

✓ виробники інформації поділяються на тих, хто:

1) створює інформацію;

2) готує вже існуючу інформацію для споживання в формі, зручній для споживача;

3) збирає і зберігає інформацію.



До виробництва інформації в галузях інформаційного виробництва можна виділити чотири групи специфічних інформаційних галузей:

1) Виробництво інформації як нових знань включає такі традиційні сфери діяльності, як ✓ ідеологію та ✓ політику, ✓ мистецтво, ✓ науку, ✓ винахідництво та ✓ раціоналізацію. Ці види інформаційної діяльності являють собою різні форми відображення дійсності та суспільної свідомості.

2) Підготовка існуючої інформації до використання в зручній для споживача формі включає такі традиційні сфери діяльності та види виробництва, як ✓ видавництво і ✓ поліграфія; ✓ радіо-, ✓ теле-, ✓ кіно- і ✓ фотовиробництво; ✓ проектування і ✓ дослідно-конструкторська діяльність. Ці інформаційні галузі не створюють нової інформації, однак за їх участю виробництво інформації отримує певне завершення.

3) Накопичення та зберігання інформації об'єднує такі галузі людської діяльності та види виробництва, як ✓ архівну і ✓ бібліотечну справу, ✓ створення та ✓ ведення різних інформаційних фондів тощо. З їх участю виробництво інформації отримує певне завершення ("продукція на складі").

4) Розподіл та розповсюдження інформації включає такі традиційні сфери діяльності, види виробництва та галузі економіки, як ✓ освіта, ✓ навчання, ✓ підвищення кваліфікації кадрів і ✓ консультування; ✓ пошта, ✓ телефон, ✓ телеграф, ✓ телебачення; ✓ театри і ✓ кінотеатри; ✓ система науково-технічної інформації; ✓ книжкова торгівля.

Галузями-споживачами інформації, які відносяться до первинної інформаційної сфери, є ✓ управління (включаючи ✓ апарат управління міністерств, ✓ підприємств, ✓ об'єднань та ✓ організацій, що входить у вторинний інформаційний сектор); ✓ політичні та ✓ громадські інститути; ✓ кредитування та ✓ державне страхування.

Допоміжні галузі інформаційної сфери включають сфери діяльності і види виробництв з обслуговування основних інформаційних галузей первинного інформаційного сектора та інформаційної діяльності галузей вторинного інформаційного сектора. Це передусім галузі, що обслуговують інформаційні техніку, технології та системи, а також їх компоненти.

**Отже, термін “інформаційна економіка”
будемо розуміти як економіку *інформаційної
сфери економіки.***

***5. Класифікація видів
економічної діяльності
у сфері інформаційних
технологій***

В законі України “Про інформацію” інформаційна діяльність визначена як сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Основними напрямками інформаційної діяльності є: політичний, економічний, соціальний, духовний, екологічний, науково-технічний, міжнародний, тощо.

Основні види інформаційної діяльності:

- 1) Одержання інформації** – це набуття, придбання, накопичення відповідно до чинного законодавства України документованої або публічно оголошеної інформації громадянами, юридичними особами або державою.
- 2) Використання інформації** – це задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.
- 3) Поширення інформації** – це розповсюдження, обнародування, реалізація у встановленому законом порядку документованої або публічно оголошеної інформації.
- 4) Зберігання інформації** – це забезпечення належного стану інформації та її матеріальних носіїв.

Економічна діяльність – це процес поєднання дій, які призводять до отримання відповідного набору продукції чи послуг.

Вид діяльності має місце тоді, коли об'єднуються ресурси (✓ устаткування, ✓ робоча сила, ✓ технологічні засоби, ✓ сировина та ✓ матеріали) для створення виробництва конкретної продукції та надання послуг.

Таким чином, вид діяльності характеризується використанням ресурсів, виробничим процесом, випуском продукції та наданням послуг.

Окремий вид діяльності може складатись з єдиного простого процесу, а може охоплювати цілий ряд процесів, кожний з яких входить до відповідної категорії класифікації.

Якщо виробництво окремих елементів є складовою частиною одного й того самого процесу виробництва, то всі процеси разом розглядаються як єдиний вид діяльності.

Галузь – це сукупність усіх виробничих одиниць, які беруть участь переважно в однакових або подібних видах виробничої діяльності.

У 1996 році в Україні введений в дію Державний класифікатор видів економічної діяльності (ДК 009-96). Для опису економіки Класифікацію видів економічної діяльності (КВЕД) побудовано так, що виділені об'єкти охоплюють усі або майже всі види діяльності, які здійснюються у будь-якій галузі господарства.

У Державному класифікаторі видів економічної діяльності (ДК 009-96) виділено розділ К72 – *Діяльність у сфері інформатизації*, який включає наступні групи діяльності:

72.1 – Консультації з питань інформатизації

72.2 – Створення програмного забезпечення

72.3 – Оброблення даних

72.4 – Робота з базами даних

72.5 – Технічне обслуговування та ремонт офісної та комп'ютерної техніки

**Кінець перегляду
схеми**

72.1 – Консультації з питань інформатизації

Цей підклас включає:

- консультаційні послуги щодо типу та конфігурації комп'ютерних технічних засобів, а також пов'язаного з ними програмного забезпечення: аналіз потреб та проблем користувачів та пошук найоптимальніших рішень**

Цей підклас не включає:

- консультаційні послуги щодо конфігурації комп'ютерних засобів, що надаються підприємствами з виробництва чи продажу комп'ютерів (30.02.1 “Виробництво електронно-обчислювальних машин та іншого устаткування для оброблення інформації”)**



72.2 – Створення програмного забезпечення

Цей підклас включає:

- аналіз, проектування та програмування готових систем;
- аналіз потреб та проблем користувачів, пошук найоптимальніших рішень;
- розроблення, виготовлення, постачання та документування програмного забезпечення на замовлення, створеного за замовленням користувачів;
- розроблення, виготовлення, постачання та документування стандартного та прикладного програмного забезпечення;
- коригування програм за бажанням користувачів.

Цей підклас не включає:

- тиражування стандартного програмного забезпечення (22.33. “Тиражування записів програмного забезпечення комп'ютерів”)
- консультації з питань програмного забезпечення і пов'язаного з ним технічного забезпечення (72.10.0. “Консультації з питань інформатизації”)



72.3 – Оброблення даних

Цей підклас включає:

- оброблення даних з використанням програмного забезпечення клієнта чи власного програмного забезпечення розробника: повне оброблення даних, сервісні програми з вводу;
- оброблення даних та складання таблиць, навіть за умови їх використання в бухгалтерському обліку;
- керування та постійну експлуатацію комп'ютерної техніки, що належить третій стороні.



72.4 – Робота з базами даних

Цей підклас включає:

- створення баз даних: збирання даних з одного чи декількох носіїв інформації;
- зберігання баз даних: підготовка комп'ютерного запису певної інформації згідно з обумовленим форматом;
- організація доступу до баз даних: подання даних в обумовленому порядку чи послідовності за допомогою вибірки чи прямим доступом (автоматичне керування). Дані можуть бути доступні для всіх чи для обмеженої кількості користувачів та можуть сортуватися за бажанням.



72.5 – Технічне обслуговування та ремонт офісної та комп'ютерної техніки

Цей підклас включає:

- 72.50.1 “Технічне обслуговування та ремонт офісної техніки”***
- 72.50.2 “Технічне обслуговування та ремонт комп'ютерної техніки”***



Крім того, до інформаційної можна віднести наступні види економічної діяльності:

Дослідження та розробки (К 73), зокрема, Дослідження та розробки в галузі гуманітарних та суспільних наук (К 73.2), в частині, що стосується економіки, статистики, організації та управління;

Послуги, надані переважно юридичним особам (К 74), зокрема, діяльність у сфері бухгалтерського обліку (К 74.12), дослідження ринку та вивчення суспільної думки (К74.13), консультації з питань комерційної діяльності та управління (К 74.14), керівництво підприємствами (К 74.15);

Здавання під найм без обслуговуючого персоналу (К 71), зокрема здавання під найм офісного устаткування та комп'ютерної техніки (К 71.33);

Державне управління загального характеру в економічній та соціальній галузі (L 75.1), в частині, що стосується керівництва, функціонування та підтримки інформаційних служб, зокрема, Діяльність у сфері статистики та соціології (L 75.11.7), Курирування діяльності у сфері економіки (L 75.13);

Діяльність, віднесена до компетенції держави (L 75.2), зокрема, Міжнародні відносини (L75.21), в частині, що стосується керівництва, функціонування та підтримки інформаційних служб;

Крім того, до інформаційної можна віднести наступні види економічної діяльності:

✓ *Середня освіта (М 80.2), зокрема, Повна загальна середня освіта (М 80.21.2), Професійно-технічна освіта (М 80. 22);*

✓ *Навчання дорослих та інша діяльність у сфері освіти (М 80.4), зокрема, Навчання дорослих та інші види освіти (М 80.42);*

✓ *Тиражування записів на магнітних носіях (DE 22.3), зокрема, Тиражування записів програмного забезпечення комп'ютерів (DE 22.33);*

✓ *Оптова торгівля і посередництво у торгівлі (G 51), зокрема, Оптова торгівля офісною та комп'ютерною технікою (G 51.64);*

✓ *Спеціалізована роздрібна торгівля комп'ютерами, стандартним програмним забезпеченням та пристроями для зняття інформації з каналів зв'язку (G52.48);*

✓ *Громадська діяльність (O 91) та інші види економічної діяльності в частині що стосується формування та розповсюдження інформації.*

6. IT-ринок і механізм його функціонування

6.1. Поняття та структура інформаційного ринку

1. Поняття та структура інформаційного ринку

Ринок – сфера обміну, яка характеризується системою економічних відносин між виробниками і споживачами продукції та послуг у процесі їх реалізації (ДСТУ 3294-95).

Інформаційний ринок – сукупність правових, економічних та організаційних відносин з приводу продажу та купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг (Закон України “Про науково-технічну інформацію”)

Правові відносини проявляються при:

урегулюванні процесів створення та використання інформаційних ресурсів, систем, технологій і т. ін.;

захисті інформації та прав суб'єктів господарювання в інформаційній сфері;

захисті інтелектуальної власності розробників ІПП тощо

Економічні відносини проявляються при зіставленні запропонованої кількості, якості, номенклатури і цін на товари з їх попитом

Вони **залежать від платоспроможності** користувачів і від ступеню розвитку їх потреб.

На попит **впливають**, крім **економічних, демографічних, територіальних, соціальних** та інших чинників. Їх дія не пов'язана напряму з економічними відносинами при купівлі-продажу, але їх вплив відчувається при розвитку ринку, прогнозуванні поведінки користувачів та їх вибору.

Організаційні відносини охоплюють

елементи державного
регулювання взаємодії
виробників і
розповсюджувачів
інформаційних продуктів і
послуг.

Виникнення "самостійного ринку"

зумовлене наявністю:

специфічних товарів, що
пропонуються для придбання,
використання, споживання або
привернення уваги,
продавців та споживачів.

Інформаційний ринок

має такий специфічний товар, яким є інформаційний товар з усіма його характерними особливостями та формами представлення - у вигляді:

інформаційних ресурсів,

інформаційних продуктів,

інформаційних технологій,

програмних продуктів та

інформаційних послуг.

Положення інформаційної продукції та послуг в системі товарних відносин

(ст. 39 Закону України “Про інформацію”)

“Інформаційна продукція та інформаційні

послуги громадян та юридичних осіб, що займаються інформаційною діяльністю, можуть бути об’єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством.

Ціни і ціноутворення на інформаційну

продукцію та інформаційні послуги

встановлюються договорами, за винятком випадків, передбачених Законом“.

Поділ ринку на сектори та сегменти

Сектор ринку - сукупність однотипних, схожих товарів, визначений обсяг товарної маси, що оцінений у вартісних або натуральних одиницях.

Сегмент ринку - сукупність споживачів, що демонструють схожі потреби та мають близьку або однакову поведінку.

Основні сектори інформаційного ринку

1. Апаратні засоби оброблення інформації
2. Телекомунікаційне обладнання
3. Програмні продукти
4. Послуги
5. Електронна інформація
6. Електронні угоди
7. Інтегровані інформаційні системи

У залежності від типу споживача прийнято виділяти такі **сегменти** ринку:

1. **Корпоративний сегмент** (юридичні особи);
2. **Ринок SOHO** (малий та домашній офіс - "*small office-home office*");
3. **Ринок індивідуальних споживачів** (фізичні особи).

М. Поппель, Б.Голдстайн пропонують класифікувати сегменти інформаційного ринку на основі двох характеристик:

- кому призначені продукти і послуги (тип споживача),
- що роблять за допомогою інформаційних продуктів і послуг для споживача.

В залежності від **типу споживачів ІПП** виділяють такі сегменти ринку:

- **Споживчий сегмент** – передача інформації та розваг і споживання їх приватними особам.
- **Сегмент взаємодії** – взаємодія фірм-розробників інформаційних продуктів (створення й експлуатація мереж для поширення своєї продукції, розробка стандартів тощо).
- **Сегмент забезпечення бізнесу** – споживання інформаційної продукції та послуг, інформаційних технологій у ході реалізації різних видів діяльності: закупівлі, виробництва, обслуговування, маркетингу, поширення продукції.
- **Інтелектуальна робота** – передача і споживання інформації менеджерами та іншими фахівцями. Життєвий цикл виробів на цьому сегменті короткий.

У рамках виділених за першою ознакою сегментів пропонується виділяти:

- **Транспортування** – організація фізичного потоку інформаційного продукту різними засобами.
- **Перенесення з носія на носій** – перенесення інформаційного продукту з одного носія на інші (людина – ЕОМ).
- **Зберігання** – зберігання інформаційного продукту електронними або традиційними засобами.
- **Оброблення** – перетворення інформаційного продукту.
- **Інформація** – вид інформаційного продукту, що включає дані, знання, а також програмні засоби їх обробки, які призначені головним чином для пізнавальних цілей.
- **Розваги** – вид інформаційного продукту, призначений головним чином для забезпечення дозвілля і отримання задоволення.

Отже маємо конвергенцію сегментів ринку

Перетин усіх основних елементів інформаційних технологій і сегментів ринку дає уявлення про основні сфери поширення інформаційних технологій.

Такий перетин називається “Решітка ІТ”.

Це дозволяє визначати межі попиту споживачів на окремі види продукції, прогнозувати розвиток ринку інформаційних технологій.

6.2. Механізм функціонування ІТ-ринку

Механізм функціонування ринку -

сукупність правил та економічних законів, що регламентують процес доведення товарів від виробників до споживачів.

IT-ринок, як реально і ефективно функціонуючий механізм, заснований на загальних законах суспільного виробництва.

Він передбачає повну економічну самостійність і відповідальність виробників, свободу підприємництва, незалежну купівлю-продаж інформаційних ресурсів, продукції та послуг, засобів інформаційного виробництва, робочої сили, грошових коштів, цінних паперів.

Економічний механізм інформаційного ринку - це єдність **об'єктивної** і **суб'єктивної** сторін

Об'єктивна сторона полягає в дії об'єктивних економічних законів, що керують товарним виробництвом і ринком через систему ринкових відносин та економічних категорій.

Суб'єктивна - представлена діяльністю всіх суб'єктів ринку, що діють на основі своїх потреб, інтересів та цілей.

Економічна категорія - це логічне поняття, що виражає суть економічних явищ і процесів, економічних відносин між людьми

Основні економічні категорії, пов'язані з ринком, це **товар**, **гроші**, **ціна**, **пропозиція**, **попит**, **вартість** та інші

Головну роль в системі законів ринку відіграє **закон вартості**

Він **діє** там і тоді, де і коли **функціонує**
товарне виробництво.

Найважливіша функція закону вартості -
об'єктивний регулювальник
виробництва і обігу товарів і послуг

Цю функцію закон вартості виконує у
поєднанні з діями **законів**
співвідношення попиту і пропозиції,
закону **попиту** і закону **пропозиції,** через
механізм ринкового ціноутворення.

Ціна є грошовою формою вартості, вона постійно коливається навколо вартості під впливом попиту і пропозиції товару

Закон попиту - зв'язок між попитом і ціною прямий: чим вищий попит на певний товар, тим вища його ціна, тому що покупці згодні заплатити вищу ціну, щоб його купити.

Закон пропозиції проявляється у зворотній залежності пропозиції товару та його ціни: чим більша пропозиція товару, чим більше даного товару на ринку, тим нижча його ціна.

Дія закону вартості

Друга функція закону вартості - встановлення і підтримка певної пропорційності товарного виробництва, регулюючи виробництво, через механізм коливання цін товарів навколо їх вартості

Виробники, скорочуючи або збільшуючи виробництво одних або інших товарів, тим самим вносять зміни в структурну пропорційність товарного виробництва.

Закон вартості також стимулює підвищення продуктивності праці і розвиток продуктивних сил. Цю функцію він виконує через механізм співвідношення індивідуальної і суспільної вартості товару на ринку і отримання надприбутків

Важливу роль у функціонуванні ринку відіграє **закон конкуренції**

суть його полягає в тому, що всі **ринкові операції базуються на позитивній різниці між, прибутками від реалізації товару і витратами на його створення.**

При цьому кожний суб'єкт ринку прагне до максимуму цієї різниці.

Дія законів вартості та конкуренції пов'язана з дією закону співвідношення індивідуальної та суспільної вартості товару

Сутність цього закону полягає в тому, що всі товари або послуги на ринку реалізуються не за їх індивідуальною вартістю, а за суспільною, **ринковою вартістю**.

Внаслідок дії цього закону індивідуальні вартості однорідних товарів зводяться до єдиної галузевої або ринкової вартості, на якій базується ринкова ціна товару.

Суб'єктивна сторона ринкового механізму

Основні суб'єкти інформаційного ринку:

- **виробники** (підприємства, фірми, корпорації, виробничі об'єднання, організації, установи, окремі виробники тощо)
- **споживачі** (будь-яка організація або фізична особа)
- **держава.**

Отже, сучасний механізм інформаційного ринку це структура з чотирьох ланок:

- **система об'єктивних економічних законів** товарного виробництва;
- **інтереси і цілі виробників інформаційних товарів** (інформаційних продуктів і послуг) - корпорацій, фірм, підприємств і окремих виробників;
- **державний сектор і державне регулювання** процесу інформатизації економіки;
- **інформаційні потреби, запити й інтереси** споживачів.

Функціональні ролі суб'єктів інформаційного ринку

Замовник – організація, яка здійснює фінансування і загальне управління роботами по створенню інформаційних технологій, ресурсів та систем в цілому.

Виробник (розробник) – організація, що здійснює розробку, постачання і впровадження інформаційних систем, включаючи інформаційні технології і всі види забезпечення: технічне, програмне, лінгвістичне, але, як правило, не відповідає за саму інформацію.

Після впровадження в експлуатацію вони, як правило, здійснюють тільки супровід, авторський нагляд і в практичному використанні БД та інформаційних систем не беруть участі.

Функціональні ролі суб'єктів інформаційного ринку

Вендор - організація або фізична особа, яка є носієм торгової марки, тобто виробник продуктів та послуг.

Власник – здійснює збір, обробку, введення інформації, ведення БД, іноді інформаційне обслуговування користувачів.

Посередник – організація, що спеціалізується на інформаційному обслуговуванні на основі систем передачі даних, регіональних представництв, дилерської мережі тощо.

Ринкові посередники полегшують відносини між споживачами та виробниками товарів.

Складовою механізму функціонування ринку є
структура розподільчої системи -

сукупність посередників та ринкових каналів, які виробник використовує для доведення своїх товарів та послуг до кінцевого споживача (користувача).

Доставка може здійснюватись різними шляхами, які називають **каналами розподілу** або ринковими каналами.

Основні моделі розподільчої системи:

прямого продажу (канал “виробник - споживач”). Виробник безпосередньо продає свої товари кінцевому споживачеві.

через ринкових посередників.

Найпоширеніші канали розподілу

1. Виробник – оптовик – роздрібний торговець (дилер) – споживач.

Такий спосіб розподілу особливо привабливий для невеликих виробників, які не в змозі наймати власних торгових агентів.

2. Виробник – торговий агент (брокер) - споживач.

Цей спосіб розподілу характерний для видів інформаційної діяльності, де для ведення перемовин про укладання угод необхідні фахівці, наприклад, розробка або впровадження інтегрованої інформаційної системи, послуги доступу до баз даних тощо.

Найпоширеніші канали розподілу (закінчення)

3. Виробник – роздрібний торговець – споживач.

Цей канал найпоширеніший у споживчому сегменті інформаційного ринку. Типові товари, для яких використовується цей спосіб розподілу, - персональні комп'ютери та комплектуючі товари до них, відеоігри, частина програмних продуктів тощо.

4. Виробник – торговий агент (брокер) - оптовик – роздрібний торговець – споживач.

Цей спосіб розподілу характерний для крупних фірм, які не тільки поставляють апаратні засоби оброблення інформації та комунікаційне обладнання, а й надають послуги з системної інтеграції на власній техніко-технологічній платформі.

Вендор повинен забезпечувати:

1. коректне ставлення до каналу (не брати занадто багато дистриб'юторів);
2. забезпечувати логістику та проведення маркетингових заходів;
3. мати "запас міцності", щоб підвищувати конкурентоспроможність своїх партнерів;
4. створювати ряд "технічних" умов (кредитні лінії, бонуси за передоплату);
5. надавати можливість представництву проявляти максимум самостійності у вирішенні фінансових питань (формування плану, виділення коштів з маркетингових фондів, розширення кредитних ліній).

Дистриб'ютори - фірми, що виконують функції торговельного посередника організації-виробника

До обов'язкових функцій дистриб'ютора відносять:

фізичні функції, тобто доставка товарів з однієї точки світу в іншу, прийом замовлень, відправка замовлень споживачу;

розумові - передбачення подій на ринку. Тобто потрібно передбачити, що буде потрібно замовнику в певний період часу та на яку продукцію буде попит.

До "вільних" функцій відносять:

фокусування дистриб'юторської фірми на ринку, тобто визначення того, чим вона себе відрізняє від конкурентів (наприклад, послуги фірми та способи їх надання).

Існує дві стратегії поведінки дистриб'юторської фірми на ринку: надання стандартного набору послуг та гнучкий підхід з урахуванням бажань конкретного клієнта чи групи клієнтів.

Партнерська модель ведення бізнесу

Канал розподілу:

вендор – партнер – замовник (споживач).

Існують і більш складні канали з дистрибуторами та/або партнерами кількох рівнів та типів.

Схема поділу партнерів корпорацією

Sun Microsystems

1. За рівнем підготовки персоналу (за рівнем знань):

- техніки класу робочих груп (WorkGroup);
- техніки класу підприємства (Enterprise);
- техніки класу центрів даних (DataCentre).

2. За моделлю побудови бізнесу (в залежності від джерела доходу):

- продаж системних рішень;
- продаж прикладних розробок;
- надання послуг.

Основна місія представництва (партнера) вендора (Корпорації Sun) в певному регіоні полягає у **проведенні грамотної маркетингової стратегії і тактики**, а також у **створенні збалансованої системи каналів просування** продукції на ринок

Корпорація Sun через диференційовану систему скидок управляє конкуренцією між партнерами. Партнер, який інвестує свій час, зусилля і кошти в “розробку” для замовника, отримує переваги перед іншими.

Одночасно, безпосередньо від Sun для замовника є доступною інформація про реальний рівень кваліфікації партнера.

Рекомендації щодо вибору замовником конкретної компанії-партнера Sun не надаються.

Корпорація IBM так організувала взаємини з реселерами і партнерами:

За фінансовими взаєминами з вендором виділяють партнерів:

Першого рівня - дистриб'ютори, постачальники рішень, реселери з окремих груп продуктів, агенти і системні інтегратори.

Другого рівня - зі статусом реселера або постачальника рішень (для тих груп продуктів, для яких у IBM є дистриб'ютори).

Схема за програмою PartnerWorld включає **чотири критерії відбору** партнерів:

- розробники;
- інтегратори ПЗ;
- провайдери системних рішень і комплексних послуг;
- партнери, орієнтовані на побудову персональних систем;

і **три види показників**:

- внесок у прибуток IBM;
- компетентність і кваліфікація при розгортанні додатків;
- орієнтація на задоволення запитів замовників.

За ступенем відповідності критеріям і внеском у спільну справу вводяться **три рівні партнерства:**

- звичайний партнер,
- партнер з поглибленими зв'язками,
- почесний партнер.

Звичайний партнер (Member) -

початковий рівень в партнерській ієрархії:

- щорічно оновлюваний профіль бізнесу,
- угода з вендором.

Партнер з поглибленими зв'язками (Advanced) - підвищений рівень зобов'язань і компетентності, що підтверджується сертифікатами технічних фахівців і менеджерів з продажу.

Першочергова підтримка зі сторони IBM по наданню рекомендацій і проведенню спільної маркетингової діяльності.

Почесний партнер (Premier) -

рівень для партнерів, що підтвердили свою прихильність марці IBM і можливість впливати на замовників.

З такими партнерами укладається угода з установленим річним обсягом продажу і співпраця здійснюється у відповідності зі шкалою оцінки ступеня задоволення запитів замовників.

IBM в пріоритетному порядку надає рекомендації для потенційних замовників партнера, провадить обширну підтримку спільних маркетингових заходів, запрошує на форуми Business Parthner Connections.

7. Етапи, особливості, проблеми і перспективи розвитку ринку інформаційних технологій в Україні

Формування інформаційного ринку України умовно можна розділити на три етапи:

Перший етап розпочався ще в глибині радянських часів та закінчився приблизно в 1988 році масовим розповсюдженням ПЕОМ.

Другий етап (1988-1992 роки) характеризувався появою персональних комп'ютерів у масовому масштабі.

Третій етап розвитку інформаційного ринку в Україні почався в 1992 році та продовжується до цих пір.

Особливості інформаційного ринку України:

1. Ринок перебуває в початковій стадії формування і характеризується низьким рівнем структурованості, передусім спеціалізації послуг та розподілу сфер діяльності. Розвиток інформаційного ринку за традицією йде від центру до регіонів – більшість структур інформаційного бізнесу зосереджені в столиці.
2. Держава поки що відіграє на ринку пасивну роль.
3. Держава на ринку виступає і як основний замовник, і як основний споживач.

Дякую за увагу!