

Чурилович Ю.М.
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр
ОПП «Міжнародні економічні
відносини»
спеціальності «Міжнародні
економічні відносини»
Синіговець О.М., к.е.н., доц.
Перерва П.Г., д.е.н., проф.
Національний технічний
університет «ХПІ»

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

Інформаційний бізнес - це виробництво, торгівля, посередництво в галузі інформаційних продуктів і послуг. У більшості випадків особливо це відноситься до початкового етапу впровадження ринкових відносин, під бізнесом розумілася ініціативна діяльність підприємців, спрямована на отримання тільки доходів, тобто . на збагачення. Цілком не розглядався підхід, в основі якого лежить твердження, що бізнес є системою, що охоплює діяльність не тільки суб'єктів, але і споживачів. Як суб'єктів можуть бути окремі підприємці, колектив підприємців, наймані працівники, державні підприємства та організації [1, 3].

Глобалізація світової економіки, зумовлена швидкими змінами у високотехнологічному секторі, посилила асиметрію економічного розвитку, посилила міжнародну конкуренцію та активізувала перерозподіл сфер політичного та економічного впливу на світових ринках. На глобальному рівні стикаються численні національні інтереси і пріоритети міжнародних транснаціональних корпорацій і представників провідних виробничих секторів світового господарства. Проявами процесів економічної глобалізації є зростання ролі інтелектуальних ресурсів, диверсифікація світових ринків, формування світового ринку інформаційних технологій. Глобальні можливості обміну інформаційними продуктами та послугами впливають на глобальний та регіональний попит, координують їх виробництво, стимулюють інвестиції в інформаційно-комунікаційну галузь, створюють нові потужності для співпраці у різних сферах – від традиційних, де впроваджуються нові технології, до інтелектуальних, високотехнологічних, які визначають потенціал економіки майбутнього. Міжнародна конкуренція, за прогнозами експертів, прогнозами експертів, буде змінюватиметься з урахуванням асиметрії зростання доходів у різних галузях світового господарства, у різних регіонах та країнах, особливо у високотехнологічному секторі: інформаційно-комунікаційному, енергозберігаючому, технологічному та ін. [2, 4, 8].

Міжнародний інформаційний бізнес включає виробництво і торгівлю продукцією і послугами в галузі промислової промисловості, приладобудування, телекомунікацій, електронної комерції та Інтернету,

інтелектуальної власності, інформаційної безпеки, засобів масової інформації, рекламних і рекламних послуг, гуманітарної сфери, державного і корпоративного управління, банківської справи і фінансів, страхування і таке ін. що дає підстави розглядати міжнародний інформаційний бізнес як Принципово нова глобальна економічна система, заснована на інтелектуальних ресурсах, високотехнологічному виробництві продукції і послуг, специфіці їх розподілу на світових ринках. Реалізовано тенденції розвитку міжнародного інформаційного бізнесу на регіональному та національному рівнях, визначено особливості економічного розвитку та проблеми включення окремих регіонів і країн у процеси глобальної інтеграції. Ієрархія інформаційних ринків складається з: світового ринку інформаційних продуктів і послуг, регіональних ринків (європейський, північноамериканський, латиноамериканський, азіатсько-тихоокеанський, панафриканський, близькосхідний, західно-азіатський), національних інформаційних ринків. Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг характеризується значною асиметрією в розрізі регіонів і країн: за останніми даними Європейської обсерваторії інформаційних технологій, США займають 36% світового інформаційного ринку, Європа – 30% (на Східну Європу припадає менше 1%), Японія – 11%, інші країни – 23% [3; 4]. Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг складається з таких секторів: медіа, телекомунікації, ІТ; інформаційна інтелектуальна власність, інформаційне приладобудування, комунікаційні технології [4]. У 2011 році, за даними Gartner, загальний оборот світового медіаринку становив \$465,724 млрд, реклами — \$471 млрд, соціальних мереж — \$10,3 млрд. і мали тенденцію до повернення не тільки до докризового стану, а й до подальшого зростання, зокрема, в сегменті соціальних мереж, зростання ринку в 2021 році склало 14,9 млрд, а в 2023 році, за прогнозами, зросте до 29,1 млрд доларів; У рекламному сегменті прогнозується зростання в 2021 році до 526,977 млрд доларів. За оцінками експертів, світовий медіаринок відновлюється після рецесії, хоча інтенсивність зростання сповільнюється через економічні коливання, стихійні лиха та політичні кризи [1-14].

Світовий ринок комунікаційних технологій та бізнес-аналітики пропонує такі продукти та послуги, як корпоративні, фінансові, кризові, політичні, державні, комерційні, промислові, Інтернет-PR, брендингові технології, інвестиційне позиціонування (IR), лобізм та GR, інтернет-консалтинг, бізнес- та фінансова аналітика, репутаційний та антикризовий менеджмент, кредитно-довідковий бізнес тощо [11]. На світовому ринку комунікаційних технологій частка США становить 28,4%, Європи - 33,1%, Японії - 13,7%, решти світу - 24%. Стратегія розвитку ринку комунікаційних технологій враховує сприятливу ринкову кон'юнктуру, тенденції діяльності провідних компаній, зокрема, Barson Marsteller, Weber Shandwick, Edelman PR World Wide, Hill & Knowlton, Grey Global Group, Ogilvy Public Relations Worldwide, Fleishman-Hillard, Financial Dynamics, The Brunswick Group, співпраця з якими забезпечує надприбутки на ринку інформаційно-комунікаційних технологій, створення нових форм і структур, здатний конкурувати на світових ринках. Попит на PR-послуги у

фінансовому секторі динамічно зростає. Провідну роль на світовому ринку фінансової аналітики відіграє корпорація Reuters, 93% якої припадає на постачання фінансової інформації та продаж інформаційних продуктів і послуг [12].

Багато постачальників послуг одночасно є постачальниками обчислювальної техніки та програмного забезпечення. Таким чином, конкурентні переваги у виробництві та наданні послуг можуть виникати внаслідок діяльності у сфері виробництва обчислювальної техніки та периферійного обладнання. Так, спочатку конкурентні переваги комп'ютерних фірм були пов'язані з виробленими обчислювальними машинами та обладнанням, але поступово ці переваги перемістилися в область розробки програмних продуктів та обслуговування. Це пов'язано, в першу чергу, з постійним зниженням цін на обчислювальну техніку, зростанням витрат інтелектуальної праці при розробці програмної продукції. З цієї причини кількість виробників «чистих» послуг, за рідкісними винятками, є обмеженою.

Список використаних джерел

1. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. К. : КНЕУ, 2004. 541 с.
2. Макаруч, К. (1). Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (1086), 28-31.
3. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.*
6. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.*
7. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
8. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
9. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
10. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
11. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.
12. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
13. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр.* Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.