

Отримано: 27.02.2015 р.

Прорецензовано: 10.03.2015 р.

Прийнято до друку: 30.04.2015 р.

Качан О. І. Становлення та розвиток інформаційної індустрії / О. І. Качан // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острогор: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – Випуск 28. – С. 14–18.

УДК 339.56

JEL-класифікація: F

Качан Олена Іванівна,

аспірант кафедри міжнародної економіки Національного університету водного господарства та природокористування

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ

У статті проведений детальний аналіз історії розвитку особливостей становлення та функціонування інформаційної індустрії. Здійснено огляд існуючих визначень сутності та змісту поняття інформаційний бізнес і надана характеристика ознак інформаційного бізнесу. Із проведеного дослідження визначено, що інформаційний бізнес це вид економічної діяльності, який пов'язаний із виробництвом, зберіганням, обробкою та розповсюдженням інформаційних продуктів, технологій, послуг із метою отримання прибутку та задоволення інформаційних потреб фізичних та юридичних осіб.

Ключові слова: інформаційне суспільство, інформаційна економіка, інформаційна індустрія, підприємницька діяльність, електронно-обчислювальна техніка, технічний прогрес.

Качан Елена Ивановна,

аспірант кафедры международной экономики Национального университета водного хозяйства и природопользования

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ИНДУСТРИИ

В статье проведен детальный анализ истории развития, особенностей становления и функционирования информационной индустрии. Осуществлен обзор существующих определений сущности и содержания понятия информационный бизнес и дана характеристика признаков информационного бизнеса. Из проведенного исследования определено, что информационный бизнес это вид экономической деятельности, который связан с производством, хранением, обработкой и распространением информационных продуктов, технологий, услуг в целях получения прибыли из удовлетворения информационных потребностей физических и юридических лиц.

Ключевые слова: информационное общество, информационная экономика, информационная индустрия, предпринимательская деятельность, электронно-вычислительная техника, технический прогресс.

Olena Kachan,

post-graduate student at the Department of International Economics of National University of Water Management and Nature Resources Use

FORMATION AND DEVELOPMENT OF INFORMATION INDUSTRY

The article is devoted to the detailed analysis of the history, characteristics of the formation and operation of the information industry. Done review existing definitions of the nature and meaning of information business and the characteristic features of business information. From the study determined that the information business is economic activity that is connected with the production, storage, processing and distribution of products, technologies and services for profit and satisfy the information needs of individuals and entities.

Key words: information society, information economy, information industry, business, computer technology, technical progress.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день в умовах поступового виснаження всіх матеріальних ресурсів, швидкого зростання населення та посилення конкуренції зростає роль та значення можливості володіння інформацією, що є найважливішим фактором виживання та розвитку. Саме підвищення ролі інформації в економіці та суспільстві призвело до бурхливого розвитку високоефективних інформаційних технологій, що в свою чергу сприяло виникненню нової індустрії підприємницької діяльності – інформаційного бізнесу.

Під час розгляду визначення «інформаційний бізнес» можна виокремити дві основні проблеми, це: відсутність загальноприйнятого наукового визначення цієї індустрії та складність дослідження цієї сфери через дотримання секретності комерційного боку бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням розвитку та особливостей функціонування інформаційної індустрії займалось багато вітчизняних науковців, зокрема Г. М. Бурлак, В. М. Глушков, Г. Р. Громов, Л. Ф. Єжова, Г. В. Жаворонкова, Ю. М. Канигін, С. П. Куценко, С. Ф. Лазарева, О. М. Сазонець, які дослідили особливості становлення інформаційного бізнесу. Великий внесок на-

лежать зарубіжним дослідникам, які в своїх працях висвітлили практичний бік функціонування інформаційної сфери, зокрема це: В. Е. Авдеев, Н. В. Береза, О. В. Голосов, Н. В. Макарова, Е. А. Петрова, С. Д. Подпругин, В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова, О. Н. Шуть. Одним із перших дослідників інформаційної індустрії був американський науковець Ф. Махлуп. Проте, проаналізувавши наукові праці з цієї проблеми, можна зробити висновок, що існують суттєві розбіжності у визначенні поняття інформаційної індустрії та сфери її функціонування. З огляду на це, така тема потребує наукового дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою статті є необхідність дослідження становлення та розвитку інформаційного бізнесу як окремої індустрії у системі підприємницької діяльності та здійснення огляду сутності та призначення інформації як кінцевого продукту. Для досягнення мети, необхідно виконати такі завдання:

- розкрити поняття інформаційного бізнесу;
- визначити особливості інформації як специфічного продукту інформаційного бізнесу;
- дослідити історію становлення інформаційної індустрії;
- оцінити основні ознаки інформаційного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Для розвитку будь-якого суспільства, необхідні матеріальні, інструментальні, енергетичні та інформаційні ресурси. На сучасному етапі розвитку людства можна спостерігати швидкий розвиток інформаційних потоків.

В останнє десятиріччя в світі відбувається перехід від «індустріального суспільства» до «суспільства інформаційного» [1], де інформація уже використовувалась як важливий ресурс у здійсненні господарської діяльності. Відбуваються зміни способів виробництва, способів світосприйняття та міждержавних відносин. Саме використання мікропроцесорних технологій, персональних комп'ютерів і електронно-обчислювальних машин призвело до корінних перетворень у відносинах і технологічних основах діяльності в сфері економіки [9].

Для підвищення визначеності щодо динаміки зміни попиту та пропозиції потрібно володіти комерційною інформацією, яка представлена маркетинговими дослідженнями, а для збільшення знань про ситуацію на ринку та можливих змін в його структурі необхідна кон'юнктурна інформація. Важливими видами інформації є фінансова, науково-технічна та статистична.

Найважливішими напрямками використання інформації у господарській діяльності є розвиток інформаційного виробництва, в якому вихідним ресурсом виступають інформаційні знання, які застосовуються для ефективного функціонування фірм та підвищення їх конкурентоспроможності.

Перш ніж дослідити економіко-організаційні основи поняття «інформаційний бізнес» необхідно визначити, що таке «бізнес» (від англ. business – справа, підприємство). В економічній літературі можна побачити декілька визначень цього поняття.

Під час зародження ринкових відносин найчастіше трактування сутності бізнесу зводилось до поняття власного збагачення, тобто це будь-яка ініціативна діяльність підприємців, яка здійснювалась для отримання максимальних прибутків. З такої точки зору, поняття «бізнес» можна трактувати, як будь-яку підприємницьку діяльність із залученням власних і позикових коштів, яка здійснюється для отримання прибутків або особистої вигоди.

Пізніше поняття «бізнес» почало трактувалось як певна система, що містить у собі діяльність як підприємців (суб'єктів бізнесу), так і споживачів. У цю систему включалось виробництво продукції, торговельна діяльність і комерційне посередництво. Тому А. Хоскінгом було запропоноване таке трактування бізнесу «це діяльність, здійснювана приватними особами, підприємствами або організаціями, зі здобуття природних благ, з виробництва чи придбання та продажу товарів або надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші зі взаємною вигодою для зацікавлених осіб або організацій» [10, с. 28].

Отже, саме поняття «бізнес» можна трактувати з різних боків, але в своїй основі воно містить поняття, які мають спільні риси і їх можна вважати тотожними. Бізнес – це ініціативна економічна діяльність, яка здійснюється за рахунок власних, залучених або позикових коштів з метою отримання прибутку та подальшого розвитку справи.

В економічній літературі, як вітчизняній так і зарубіжній, досі не немає загальноприйнятого визначення «інформаційний бізнес». Для позначення сфери інформаційного бізнесу використовуються різноманітні поняття і визначення, це такі, як: «інформаційна економіка» (information economy), «індустрія знань» (knowledge industry), «інформаційна індустрія» (information industry) «інформаційна галузь» та ін.

Серед перших дослідників сфери інформаційного бізнесу можна виділити американського дослідника Ф. Махлупа, який є автором концепції індустрії знань. Інформаційну сферу цей дослідник визначає, як частину економіки з певною сукупністю різноманітних об'єктів, які здійснюють виробництво знань, інформаційних товарів і послуг не тільки для задоволення своїх потреб, але й інших суб'єктів. Ф. Махлуп ввів поняття «сфера виробництва та розповсюдження знань», де поняття «знання» розглядав, як «дещо, відоме комусь», тоді як «виробництво знань» розглядалось, як процес, за допомогою якого «хтось дізнається про що-небудь, до того йому невідоме», навіть якщо це уже було відоме іншим. Розповсюдженням

інформації вважається «кожний, хто повідомляє вам щось, чого ви не знали, погано знали або забули» [8, с. 158].

С. Ф. Лазарева визначає інформаційну сферу як гібрид виробництва, науки та мистецтва, тобто можна сприймати як прообраз майбутнього високоінтелектуального творчого процесу виробництва [6, с. 10].

Одним із перших дослідників, який у 1972 р. виділив «індустрію інформації» як самостійну галузь народного господарства був професор С. П. Куценко [5, с. 10]. Дослідник визначив, що підприємствами інформаційної індустрії вважаються ті підприємства, які мають певні ознаки: є сукупністю однорідних підприємств, або організацій; виробляють однорідну продукцію, або надають послуги; здійснюють задоволення однорідних потреб; мають певне місце в народному господарстві загалом.

Трохи згодом, у 1977 р., приблизно в той час коли М. Потер ввів поняття «інформаційна економіка», академік В. М. Глушков визначив поняття «індустрія переробки інформації» та ввів його у вітчизняну науку. Саме поняття він визначав, як «інформаційна галузь, яку необхідно організаційно оформити – можливо як спеціальне відомство зі своїми специфічними функціями іншими, ніж інші галузі, що виробляють ЕОМ та автоматизовані системи обробки даних» [3, с. 45].

Саме поняття «індустрія інформаційного бізнесу» з'явилося через виникнення нової специфічної галузі виробництва, що засноване на комп'ютерній обробці інформації та полягає у збиранні, обробленні, зберіганні та передаванні її для здійснення і вирішення управлінських завдань. Тобто індустрія інформаційного бізнесу здійснюється у сфері інформаційно-управлінської діяльності на засадах інформаційної технології, а інформаційний бізнес функціонує в інформаційній сфері економіки [1, с. 25].

Інформаційний бізнес – це вид економічної діяльності, який пов'язаний із виробництвом, зберіганням, обробкою та розповсюдженням інформаційних продуктів, технологій, послуг з метою отримання прибутку та задоволення інформаційних потреб фізичних і юридичних осіб.

На сьогоднішній день в умовах переходу до інформаційного суспільства дана галузь економіки має суттєвий вплив і величезне значення на організацію управлінського процесу. Для отримання найактуальнішої інформації користувачі витрачають значні кошти, які оплачуються для їхнього інформаційного забезпечення, при цьому інформаційна індустрія функціонує за рахунок цих коштів. Із цього можна зробити висновок, що інформаційна індустрія не включає засоби масової інформації (преса, радіо та телебачення), тому що такий ресурс, як інформація, має бути актуальним і цінним.

На початку 60-х років у сфері підприємницької діяльності з'явилися фірми, які володіли цінною інформацією (наприклад: про технології виробництва, про ситуацію на певному ринку товарів по послуг, про способи реалізації готової продукції і т.д.) та почали пропонувати для фірм-виробників свої послуги зі збору необхідних для них даних. Попит на подібні послуги став на стільки великим, що за декілька років з'явилися фірми, які надавали свої послуги по збору інформації, трансформувались у інформаційні фірми. Різниця між ними полягала в тому, що в інформаційних фірмах основним їх видом діяльності був збір та продаж інформації. При утворенні невеликих інформаційних фірм почалося формування цілої інформаційної індустрії, так як інформація почала розглядатися як товар на який був великий попит і висока оплата.

У 80-ті роки Асоціація інформаційної індустрії США здійснила розробку критеріїв визначення сутності «інформаційна фірма»:

- фірма самостійно створює свій власний інформаційний продукт;
- спостерігається наявність неформальних відносин між фірмою та споживачами, тому існує практика здобуття інформації через її замовлення;
- інформація створюється у відповідності із специфічними вимогами кінцевих користувачів;
- при роботі з інформацією використовуються різні носії (паперова форма чи електронні засоби зберігання даних);
- використання інформаційних продуктів відбувається з метою ефективного прийняття управлінських рішень;
- фірми отримують прибутки від надання інформаційних послуг, тому що користувачі оцінюють її на рівні наукових досліджень;
- інформаційні фірми проводять лише збір, зберігання та продаж відомостей про бізнес, а не надають консультаційні послуги;
- інформаційний ресурс розглядається лише як кінцевий продукт [8, с. 159].

Із перелічених критеріїв «інформаційної фірми» можна зробити висновок, що сукупність таких фірм утворюють цілу індустрію. Із проведеного аналізу можна зробити висновок, що існують різні бачення щодо сутності інформаційного бізнесу, проте, ще більше здогадів, які ж саме види діяльності можна до нього віднести. Цьому є об'єктивне пояснення: ще не є остаточно сформованою сама концепція інформаційної сфери економіки. До інформаційного бізнесу можна віднести компанії, які здійснюють діяльність у сфері інформатизації та інформаційних технологій. Також до цієї сфери бізнесу належать компанії, які розробляють, удосконалюють та розповсюджують компоненти інформаційних технологій, такі як:

обчислювальна техніка, засоби комунікації, офісне обладнання, програмне забезпечення й специфічні види послуг (інформаційне, технічне і консультаційне обслуговування, лізинг, страхування, навчання тощо) [3, с. 46].

Визначення та критерії сутності інформаційного бізнесу дають змогу зрозуміти особливості діяльності у цій сфері. Основою інформаційної індустрії є інформація, яка була об'єктом торгівлі ще за довго до виникнення інформаційних фірм. Становлення самостійної інформаційної індустрії відбулося за вдяки розвитку способів обробки та зберігання інформації.

На рис.1 відображено етапи розвитку і становлення інформаційної індустрії.



Рис.1. Етапи становлення і розвитку інформаційної індустрії

Джерело: розроблено автором.

Упродовж шести тисяч років спостерігалась ручна обробка інформації, яка зберігалась, транспортувалась та продавалась на паперових носіях (пергамент, книги, бібліотеки та друковані видання). У 1900 р. з'явилися перфокарти, де інформація зберігалась за допомогою двійкових схем. Із 1915-1960рр. компанія IBM займалась виробництвом електромеханічного обладнання для запису даних на карти, їх сортуванню та складанню.

Із появою в 1955 р. магнітних стрічок, яка давала змогу зберігати значну за розміром інформацію, розпочався новий етап розвитку інформаційної індустрії. Для оброблення інформації були винайдені електронні комп'ютери з програмами, які могли одночасно обробляти сотні записів. Значний вплив на збільшення розвитку інформаційної індустрії мало створення комп'ютерної мережі, що надавало змогу швидко обмінюватись інформацією. Після зародження у 1989 р. концепції всесвітньої павутини інформаційний бізнес почав стрімко рости. Першим інтернет-сайтом, який пропонував можливості роботи із соціальними мережами, був *classmates.com*, який з'явився в 1995 році.

Отже, індустрія інформаційного бізнесу, у порівнянні з іншими індустріями підприємницької діяльності, зародилась відносно недавно, проте містить у собі великий багатогалузевий комплекс зі складною та багаторівневою інфраструктурою. Формування інформаційного бізнесу залежить від швидкості розвитку технічної бази (таких як ЕОМ та засоби зв'язку) та необхідності у самій інформації як товару та стратегічного ресурсу при здійсненні управління виробничою та комерційною діяльністю. Інформаційний бізнес є складовою інфраструктури в системі підприємницької діяльності, так само як і банки, біржі та аудиторські компанії, разом із тим його можна представляти як самостійну сферу бізнесу.

В інформаційній індустрії, як і в інших підприємницьких сферах, існують свої ознаки, які виділяють його з поміж інших галузей. До таких ознак можна віднести: продукт, що виробляється; засоби його виробництва; технологічний процес; призначення продукції, що виробляється; потенційні споживачі тощо [8, с. 26]. Перелічені ознаки взаємопов'язані та взаємозалежні між собою. Проте основною ознакою інформаційної індустрії звичайно є його продукт – інформація, який водночас є фактором розвитку цієї галузі.

На сьогоднішній день досить часто інформаційний бізнес сприймається як синонім комп'ютерного бізнесу, а існуюче програмне забезпечення і комунікації вважаються стратегічними інформаційними продуктами [6, с. 27].

Для розширення будь-якого бізнесу необхідні споживачі, які можуть бути, як окремими особами так і організаціями. Основний вплив на розвиток інформаційного бізнесу мають саме господарські структури різного статусу та форми власності. Зі зростанням можливостей простих людей користуватися комп'ютерною технікою зростає частка споживачів інформації. У результаті таких змін кожна людина стає потенційним споживачем продукції інформаційного бізнесу як у секторі розваг (комп'ютерні ігри), повсякденному житті, так і в професійній діяльності, оскільки кожний кваліфікований спеціаліст є не тільки джерелом, а й споживачем інформації та знань в своїй організації.

Індустрія інформаційного бізнесу є новою технологічною базою управління, що містить у собі розгалужену мережу каналів зв'язку. Така мережа складається із великої кількості інформаційних структур, де відбувається акумулювання та постійне оновлення інформаційних ресурсів для необхідності задоволення потреб користувачів у актуальній інформації. Інформаційна індустрія складається з розвинутої системи програм, що дозволяє забезпечити вирішення нагальних задач економічного і соціального управління.

Висновки. Отже, інформаційний бізнес це вид економічної діяльності, який пов'язаний із виробництвом, зберіганням, обробкою та розповсюдженням інформаційних продуктів, технологій, послуг із метою отримання прибутку та задоволення інформаційних потреб фізичних і юридичних осіб.

Індустрія інформаційного бізнесу, у порівнянні з іншими індустріями підприємницької діяльності, зародилась відносно недавно, проте містить у собі великий багатогалузевий комплекс зі складною та багаторівневою інфраструктурою. Формування інформаційного бізнесу залежить від швидкості розвитку технічної бази (таких як ЕОМ та засоби зв'язку) та необхідності у самій інформації як товару та стратегічного ресурсу при здійсненні управління виробничою та комерційною діяльністю.

Література:

1. Андреев В. Е. Информационный бизнес : учебное пособие / В. Е. Андреев. – Ярославль : ЯрГУ, 2012. – 116 с.
2. Берёза Н. В. Рынок информационных услуг: современные тенденции и перспективы развития : монография / Н. В. Берёза. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 180 с.
3. Глушков В. М. Индустрия переработки информации / В. М. Глушков // Коммунист. – № 12. – 1977. – С. 42–50.
4. Голосов О. В. Введение в информационный бизнес: Учеб. пособие / О. В. Голосов, С. А. Охрименко, А. В. Хорошилов и др.; Под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
5. Куценко С. П. Основні положення концепції та напрями інформатизації суспільства / С. П. Куценко, С. Ф. Лазарева, Г. В. Жаворонкова // Міжвідомчий науковий збірник «Машинна обробка інформації». – Вип. 56. – К. : КДЕУ, 1994. – С. 5–20.
6. Лазарева С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу : навч. посібник / С. Ф. Лазарева. – К. : КНЕУ, 2002. – 667 с.
7. Сазонцев О. М. Інформаційна складова глобальних економічних процесів : монографія / О. М. Сазонцев. – Донецьк : «Юго-Восток, Лтд», 2007. – 360 с.
8. Смирнова Н. В. Экономический анализ яких странах / Н. В. Смирнова, В. М. Шейхетов // Прикладная информатика. – Вып. 2. – М. : Финансы и статистика. – 1987. – С. 156–172.
9. Фомин В. И. Экономика информационного бизнеса и информационных систем : учебное пособие / В. И. Шейхетов. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. – 248 с.
10. Хоскинг, А. Курс предпринимательства [Текст] / А. Хоскинг. – Москва : Международные отношения, 1993. – 350 с.
11. Шуть О. Н. Информация и направления ее использования в экономике / О. Н. Шуть // Проблемы современной экономики. – 2003. – № 3/4 ((7/8)). – С. 25–31.
12. Bell D. The Third Technological Revolution and Its Possible Socio-Economic Consequences // Dissent. Vol. XXXVI. – No 2. – Spring 1989. – P. 167.
13. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in The United States. Princeton: Princeton University Press, 1962; 199.