

УДК 339.922

В. Г. Антоненко,  
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИРОДИ ГЛОБАЛЬНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

V. Antonenko,  
graduate student of International Economic Relations, Kharkiv National University V Karazin

### CONCEPTUAL BASIS NATURE OF GLOBAL ECONOMIC RESEARCH INFORMATION TECHNOLOGY

**Інформація в сукупності з ІКТ та знаннями стає одним з найважливіших факторів успішного функціонування будь-якої економічної системи, здійснюючи революційний вплив на розвиток сучасних форм міжнародного бізнесу та модернізацію старих. У зв'язку з впровадженням електронної комерції та електронного бізнесу в практиці фірм, корпорацій і банків відбулися зміни в характері проведення комерційних та фінансових трансакцій, взаємовідносин з партнерами та клієнтами, розробки і впровадження ділових стратегій, і у власне конкуренції. Під впливом ІКТ всі області бізнесу видозмінюються, модифікуються, адаптуються до нових явищ і відносин в діловому навколишньому середовищі. ІКТ в значній мірі змінюють характер економічної взаємодії розосереджених економічних одиниць. Виникаючи в бізнесі організаційні схеми базуються на мережевому принципі і на мережевій взаємодії, яке стає фундаментальним чинником, а мережі — основоположним інструментом нової організаційної схеми в міжнародному бізнесі. Об'єднання мереж різних типів і масштабів, побудова глобальної інформаційно-комунікаційної системи у вигляді мережі Інтернет призвели до створення принципово нового середовища бізнесу, до появи чисто мережевих віртуальних компаній, в яких здійснюється сучасне високотехнологічне управління на базі електронної інфраструктури.**

**The information in conjunction with ICT and knowledge is one of the most important factors for successful functioning of any economic system, making a revolutionary impact on the development of modern forms of international business and upgrading old ones. In connection with the introduction of e-commerce and e-business in practice, firms, corporations and banks have been changes in the nature of conducting commercial and financial transactions, relationships with partners and customers, developing and implementing business strategies, and the actual competition. Under the influence all areas of business ICT modified, modified, adapted to new developments and relationships in the business environment. ICT greatly change the nature of economic cooperation scattered economic units. Emerging business organizational charts based on networked and networking, which is a fundamental factor, and the network — a fundamental tool for a new organization chart in international business. Combining different types of networks and scale, building a global information and communication system in the form of the Internet led to the creation of radically new business environment, the appearance of a purely virtual network of companies in which the modern high-tech management based email infrastructure.**

*Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, інформаційні системи, гіперконкуренція, електронний бізнес, модернізація, глобалізація, інформаційна економіка.*

*Key words: information-communication technologies, information systems, hiperkonkurenciya, e-business, modernization, globalization, information economy.*

#### МЕТА СТАТТІ

Метою статті є визначення особливостей впливу інформаційно-комунікаційних технологій на глобальну систему міжнародного бізнесу та виявлення економічної природи інформаційних інновацій.

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні бізнес-реалії знаходяться під інтенсивним впливом розвитку ІКТ. Тому, з метою успішної інтеграції у світову інфор-

маційну спільноту для будь-якого суб'єкта економічної діяльності необхідним є дослідження останніх тенденцій інноваційної генези та впровадження новітніх технологій у виробничі та організаційні процеси.

#### АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ

У теоретичному та практичному аспектах глобальної, регіональної, міжнародної та національної інформатизації суспільства важливу роль відіграли роботи як зарубіжних, так й

вітчизняних вчених. Серед зарубіжних слід виділити: Г. Аргітиса, Р. Буайє, Д. Белла, Р. Вернона, Дж. Даннінга, Р. Дуана, М. Кастельса, Д. Норта, М. Портера, Дж. Стігліца, К. Фрімена. Серед праць вітчизняних вчених слід відзначити такі: О. Білоруса, В. Будкіна, Д. Богині, В. Семиноженка, О. Власока, Д. Лук'яненка, В. Новицького, Ю. Пахомова, О. Плотнікова, В. Савчука, А. Філіпенка, А. Чухно.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Економічні відносини на сучасному етапі включають тісну взаємодію електронного /віртуального і реального секторів економіки. Інформаційні системи (ІС) з мережевою структурою дають можливість створити віртуальну корпорацію для ефективної організації глобальної діяльності за допомогою використання електронної пошти, мережі Інтернет та відеоконференцій. Вони об'єднують компанії та їх філії, розташовані в різних географічних точках світу, щоб забезпечити своєчасну доставку комплектуючих, товарів і послуг, а також взаємодію між усіма ланками міжнародного бізнесу.

ІКТ та ІС в цілому сприяють здійсненню і координації комерційних операцій, що дозволяє ефективно використовувати конкурентні переваги, що забезпечуються новим інформаційно-комунікаційним середовищем. Мережеві технології стали найважливішим чинником модернізації традиційної економіки, в тому числі методів управління в корпораціях і некомерційних організаціях.

У результаті розвитку ІКТ та інформаційної економіки з'явилися нові форми і види бізнесу, нові ділові концепції і нові організаційні стратегії, відбулися зрушення в моделі міжнародної торгівлі (інтернет-магазини, інтернет-аукціони, інтернет-майданчики) і конкуренції. Відбулося розширення функцій банків у зв'язку з розвитком електронної комерції та електронних грошей. З'явилися нові фінансові системи в Інтернеті: інтернет-банкінг (надання банківських послуг через Інтернет), інтернет-трейдинг (послуги з оперування на валютному і фондовому ринках через Інтернет), інтернет-страхування (надання послуг страхування через Інтернет).

Засоби інформатизації складають значну частку світового ринку і значною мірою визначають структуру інвестиційних потоків світового господарства. Індустрія інформатизації включає в себе кілька галузей: виробництво як власне інформації, засобів обробки інформації, тобто програмне забезпечення (ПЗ), обладнання для ПО, тобто комп'ютери, периферійне та теле-комунікаційне обладнання, а також комплектуючі для них [2].

Інформаційна індустрія сприяла також появи великої кількості нових фірм і компаній, зайнятих виробництвом комп'ютерів, периферії та комплектуючих, факсимільного обладнання, мобільних телефонів, інформаційних послуг, баз даних і знань, ПЗ. Поява інформаційної індустрії призвело до значних зрушень в моделях міжнародної торгівлі і конкуренції. Багато з вищезазначених факторів з необхідністю привели компанії до реорганізації бізнесу і до створення в них інформаційної та електронної інфраструктури.

Електронний бізнес притягує до себе все більш різні сфери економіки, однією з яких став інтернет-маркетинг. Нові прогресивні тенденції, що мають місце в сучасному веб-маркетингу — це питання електронного брендингу, бенчмаркінгу, управління відносинами з клієнтами. До типами моделей продажів в мережі Інтернет віднесені: модель підтримки продажів, модель прямого продажу, модель продажу підписки, модель продажу реклами.

Сьогодні в умовах всеохоплюючої глобалізації, всебічного розвитку ІКТ та загострення конкурентної боротьби на світових ринках головною характеристикою передової економіки стає глобальна конкурентоспроможність. Системними елементами глобальної конкурентоспроможності, або гіперконкуренції, є багаторівневність і багатоаспектність, нові

знання (компетенції), керованість, динамізм, адаптаційні, мобільність, інноваційність, ефективність тощо, які визначають глобалізаційні переваги світових країн-лідерів і технологічно передових транснаціональних компаній. В результаті демонтажу будь-яких економічних, політичних та соціо-культурних перепон та дифузії інновацій трансформується й саме поняття конкуренції у "гіперконкуренцію".

Поняття "гіперконкуренція" (hypercompetition) докладно досліджував сценарій Річард Д'Авені. На його думку, вона характеризується "постійно наростаючим суперництвом у появі товарних інновацій, скороченням часу, НДДКР, агресивної конкуренцією цін і компетентностей та експериментуванням з новими підходами до обслуговування купівельних потреб". Р.Д'Авені використовує термін "гіперконкуренція" для опису галузевого навколишнього середовища, що характеризується інтенсивними і швидкими діями конкурентів, коли суперники повинні діяти блискавично, щоб отримати ринкову перевагу і зруйнувати переваги своїх конкурентів.

Професор Базельського університету Манфред Брун під терміном "гіперконкуренція" розуміє таку ситуацію, коли підприємства у все більшій мірі піддаються сукупному впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних факторів, що веде до виникнення багатоаспектної, динамічної і агресивної конкуренції. Він виділяє кілька відмінних ознак гіперконкуренції: по-перше, гіперконкуренція одночасно охоплює кілька сфер, найважливішими з яких є витрати, якість, часові терміни, "ноу-хау", створення ринкових бар'єрів, зміцнення фінансового становища. В умовах гіперконкуренції менеджмент не може зосереджувати зусилля лише на одному з конкурентних параметрів, всіх їх необхідно враховувати одночасно. По-друге, підприємства повинні брати до уваги багатоаспектний характер гіперконкуренції. Вона може протікати на різних рівнях — на товарних ринках; в області ресурсів; між різними підприємницькими концепціями; у складі об'єднання підприємств, коли компанія бореться з суперниками не поодиночі, а уклавши союз з іншими виробниками, постачальниками, партнерами по кооперації, торговими посередниками. Багатоаспектність гіперконкуренції проявляється також у тому, що підприємство на ситуацію в різних ринках реагує по-різному [3]. При застосуванні концепції так званої багатоточечної конкуренції цілком можливе діаметрально протилежне ринковій поведінці підприємства в різних ключових напрямках (наступальне, оборонне). По-третє, ознакою гіперконкуренції є динамізм розвитку ринку. Позиції конкурентів і розстановка сил змінюються з наростаючою швидкістю. Динаміка ринку відбивається в безперервному проникненні нових і відхід з ринку старих конкурентів, появі нових видів послуг, великої кількості злиттів і покупок підприємств і тощо. Прогнозувати ситуації все важче і проблематичніше, терміни прогнозів стають коротшими. По-четверте, ознакою гіперконкуренції є зростаюча агресивність учасників ринкового суперництва. Поведінка підприємств стає менш миролюбивою. Ведуться прямі атаки для ослаблення конкурентів, причому з порушенням правових уставів. Мета подібної агресії полягає в порушенні рівноваги в розкладці сил конкурентів. Особливо часто для цього використовується агресивна політика цін.

У цьому сенсі більш точну сутність проаналізованих процесів, що відбуваються в сучасній глобальній економіці, відображає поняття "глобальна інноваційна гіперконкуренція", яка являє собою динамічний всеохоплюючий процес інноваційного (інформаційно-ідеологічного, науково-освітнього, сервісно-технологічного, організаційно-управлінського) суперництва на глобальних ринках між провідними високотехнологічними компаніями-лідерами, що представляють, як правило, найбільш розвинені країни світу.

У зв'язку з цим вводиться поняття "глобальні інноваційні гіперконкуренційні компанії або корпорації" (ГІК). Слід мати на увазі, що в сучасній глобальній інформаційно-інноваційній економіці все більша частка бізнесу ГІК здійснюється в глобальній

мережі Інтернет. Наприклад, однією з провідних компаній світу з багатомільярдною капіталізацією є глобальна пошуково-сервісна система Google, яка відноситься до класу і типу ГІГК.

Слід підкреслити, що ГІГК принципово відрізняються від великих традиційних компаній (наприклад, сировинних), діяльність яких базується на традиційних ресурсах і традиційних (інноваційно запізнілих) методах маркетингу, менеджменту і конкурентної боротьби. Найважливіше місце в сучасній глобальній економіці займають найбільші транснаціональні компанії (Microsoft, IBM, Apple, Intel, GE, Samsung). В умовах тотальної і всеосяжної глобалізації виникає новий тип вертикально і горизонтально-мережових інтегрованих компаній, з новими інтегративними функціями, завданнями та методами гіперконкурентної боротьби в глобальній інформаційно-мережевій економіці.

ГІГК покликані забезпечити глобальний науково-технологічний інноваційний розвиток, виступаючи локомотивом світової економіки і формуючи глобальне інформаційно-інноваційне, фінансово-виробниче та маркетингово-управлінське середовище; а також глобальну інформаційно-мережову концентрацію і оптимальний розподіл факторів виробництва (за рахунок подолання просторово-часових і національно-протекціоністських кордонів). При цьому відбувається розмивання як національних, так і регіонально-галузевих і корпоративних кордонів. Оскільки така мережева структура не існує у фізичному просторі, а створюється шляхом інформаційної інтеграції ресурсів взаємодіючих партнерів, її нерідко називають квазіпідприємством.[4]

Найважливішою умовою інноваційної гіперконкурентності є досягнення оптимального співвідношення за критерієм "інноваційність — витрати — ціна — якість" і "гіперконкурентний інтегральний ефект". При цьому останній має як лінійну, так і нелінійну (розподілено мережеву) складові, а також носить довгостроковий характер. Важливу роль відіграє поняття як "інтегральна (розподілена в просторі і в часі) конкурентна цінність". Точка інтегральної конкурентної цінності повинна відповідати тому граничному значенню "інноваційність — витрати — ціна — якість", яке потенційно досягне при найкращому в даний момент і націленому на випереджальну конкурентоспроможність в майбутньому рівні інноваційності, що знижуються у витратах і зростаючих з часом різних розподілених вигод, в умовах сприятливого (активно стимулюючого) стану інвестиційного клімату, інституційного середовища та ринкової інфраструктури.

В умовах гіперконкурентності безперервно з'являються нові конкурентні переваги, які знищують або нейтралізують останні противника, ламаючи традиційний ринковий статус-кво, і створюючи нерівноважний стан ринків, що сприяє їх творчим змінам і трансформаціям. Тому сьогодні ГІГК за допомогою новітніх методів випереджаючої конкурентної боротьби, креативного менеджменту, програмування і маніпуляційного управління економічною поведінкою потенційних конкурентів, споживачів і партнерів змушені постійно створювати, відтворювати і оновлювати конкурентні переваги на основі нових знань і на новій інноваційно-технологічній базі. Головною дійовою особою в ГІГК повинен стати креативний, гіперконкурентний менеджер з усіма притаманними гіперконкурентності властивостями, ознаками, функціями і ефектами.

У глобальній інформаційній економіці ГІГК отримують різні інформаційно-мережеві ефекти — ефекти від інновацій, синергійності — мережові (інтегральні) ефекти, що виражаються в різних формах. Дані ефекти можуть бути отримані в результаті використання передових інновацій, застосування передових методів випереджального програмування і маніпуляційного управління економічною поведінкою конкурентів і споживачів, за допомогою гіперконкурентного креативного маркетингу, менеджменту, логістики.

## ВИСНОВОК

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що масштабна експансія ІКТ трансформує та видозмінює всі сфери життєдіяльності людини. Їх економічна суть відображається у створенні якісно нових економічних категорій, які не підпорядковуються обґрунтуванню класичними теоріями та практично не регулюються консервативним механізмом та інструментами. В узагальненні цього створюється інформаційна економіка, найважливішим завданням якої є дослідження нової ролі інформації в інформаційному суспільстві, яка обумовлена підвищенням її значущості як головною виробничою силою та об'єктом виробництва.

У цілому, дослідження інформаційної економіки передбачає комплексний охоплення і використання як технічних, так і інших термінів і понять. У даному випадку такими поняттями є: інформаційна економіка (ІЕ), інформаційне суспільство (ІС), інформаційні виробництва (ІП) та інформаційні технології (ІТ).

Інформація є основоположною категорією у процесі становлення інформаційної економіки і несе своє навантаження. По-перше, вона виступає в якості обов'язкового початкового елемента науково-технологічних досліджень. По-друге, інформаційний ресурс використовується в економічній системі точно так само як праця або капітал, тобто можна говорити про пряму залежність між економічними результатами і кількістю інформації, введеної в виробничий процес.

Інформаційні технології — базис інформаційного виробництва, технічний термін, що позначає комплекс взаємопов'язаних і взаємозалежних новітніх технологій, за допомогою яких здійснюється і процес виробництва, і процес взаємодії між різними секторами господарств.

## Література:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; ред. пер. О.И. Шкаратан. — М.: Государственный университет — Высшая школа экономики, 2000. — 607 с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: стат. збірник. — К.: Держкомстат України, 2013.
3. Сигарев А.В. Электронная коммерция: вызовы и перспективы в условиях экономической нестабильности // Вестник Московского университета МВД России. — № 2. — 2013. — С. 170—175.
4. Шаститко А. Б. Неинституциональная экономическая теория. — М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 1999 — 465 с.
5. Шевченко К.А. Информационная безопасность: как снизить банковские риски // Вестник Института экономики РАН. — 2011. — №3. — С. 340—344.

## References:

1. Castells, M. (2000), *Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture], State University - Higher School of Economics, Moscow, Russia.
2. State Statistics Committee of Ukraine (2013), *Naukova ta innovatsijna diial'nist' v Ukraini* [Research and Innovation in Ukraine], State Statistics Committee of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
3. Sigarev, A.V. (2013), "E-commerce: challenges and prospects in terms of economic instability", *Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii*, vol. 2, pp 170—175.
4. Shastitko, A.B. (1999), *Neoinstitucional'naja jekonomicheskaja teorija* [Neoinstitutional economic theory], Economics Faculty of Moscow State University, Moscow, Russia.
5. Shevchenko, K.A. (2011), "Information security: how to reduce banking risks", *Bulletin of the Institute of Economics*, vol. 3, pp. 340—344.

*Стаття надійшла до редакції 19.09.2015 р.*