

Лінійні моделі можуть бути використані для оцінок суб'єктів господарювання, які знаходяться в усталеному середовищі і характеризуються простою організацією бізнес-процесів та неактивною позицією щодо економічного розвитку, а моделі багаторівневих перспективно доцільно використовувати для тих підприємств, яким притаманна складна траєкторія розвитку, нестабільне зовнішнє середовище, стабільність діяльності та активна інвестиційна політика інновацій, тобто для тих, які знаходяться на шляху соціально-економічних перетворень. Враховувати як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники впливу на процес прийняття управлінських рішень щодо визначення якісних ознак готовності підприємств до розвитку доцільно за допомогою методу нечітких, що дозволить підвищити рівень їх об'єктивності.

Подані результати досліджень є підґрунтям для подальших наукових розвідок у напрямку розбудови методичного забезпечення економічного і соціального розвитку суб'єктів господарювання у мінливому трансформаційному середовищі, яким є економіка України.

**Література:** 1. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. — 328 с. 2. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, О. І. Пушкар. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. — 640 с. 3. Кизим М. О. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємств / М. О. Кизим, В. А. Забродський, П. А. Зінченко. — Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. — 144 с. 4. Клебанова Т. С. Математические модели трансформационной экономики / Т. С. Клебанова, Е. В. Раевневна, К. А. Стрижченко, Л. С. Гурянова, Н. А. Дубровина — Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2004. — 172 с. 5. Инновационный менеджмент. — К.: Издание концерна "РАМО", 1991. — 280 с. 6. Бузько И. Р. Стратегическое управление инвестициями и инновационная деятельность предприятия / И. Р. Бузько, Е. В. Вартанова, А. А. Голубенко. — Луганск: Изд. ВНУ им. В. Даля, 2002. — 176 с. 7. Пономаренко В. С. Механизм управління підприємством: стратегічний аспект / Е. Н. Ястремська, В. М. Луцковський, Ф. Л. Кушнарев, Л. И. Полуэктова, Т. А. Шульга. — Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. — 252 с. 8. Пономаренко В. С. Реальнé інвестуваннe суб'єктів господарювання. Навч. посібник / В. С. Пономаренко, О. М. Ястремська. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2000. — 168 с. 9. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. — Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. — 472 с. 10. Нейронные сети. STATISTIKA Neural Networks / Пер. с англ. — М.: Горячая линия — Телеком, 2002. — 184 с. 11. Райхман Э. Н. Экспертные методы в оценке качества товаров / Э. Н. Райхман, Г. Г. Азгальдов. — М.: Экономика, 1974. — 152 с.

Стаття надійшла до редакції  
07.07.2005 р.

УДК 658.012.45

Пушкарь А. И.

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

*In the article the analysis of the category "information economy" is executed; the components of information economy ratio from the positions of systematic approach are described; the tendencies of development of information economy and their influence upon the strategic development of the high technologies are generalized.*

Начало третього тысячелетия обозначено качественно новым этапом развития цивилизации, характерными чертами которого являются глобализация мировой экономики и формирование информационного общества. В свою очередь, глоба-

лизация и информационализация ведут к интенсивному развитию информационной экономики, информация становится важным ресурсом любого предприятия. Подход к информации как самостоятельному экономическому ресурсу привело к развитию нового направления экономической науки — теории информационной экономики. Различные исследователи дают различные названия и трактовки информационной экономики [1– 5], большое количество работ посвящено анализу факторов информационной экономики, например в работах [6 – 8]. В то же время проблема управления стратегическим развитием предприятий в информационной экономике практически не нашла отражения в научной литературе.

Задача формирования рекомендаций по стратегическому развитию предприятий в условиях информационной экономики решается в рамках приоритетного научно-технического направления в Украине "Новые компьютерные средства и технологии информатизации общества".

Целью настоящей статьи является анализ категории "информационная экономика" и описание с позиций системного подхода соотношения компонентов информационной экономики; обобщение тенденций развития информационной экономики и их влияния на стратегическое развитие предприятий научекомицким отраслей.

В фундаментальном исследовании М. Кастельса экономика нового типа определяется как информациональная и глобальная: "Информационная — так как производительность и конкурентоспособность факторов или агентов этой экономики (будь то фирма, регион или нация) зависят в первую очередь от их способности генерировать, обрабатывать и эффективно использовать информацию, основанную на знаниях. Глобальная — потому что основные виды экономической деятельности такие, как производство, потребление и циркуляция товаров и услуг, а также их составляющие (капитал, труд, сырье, управление, информация, технология, рынки) организуются в глобальном масштабе непосредственно либо с использованием разветвленной сети, связывающей экономических агентов" [1, с. 81].

В работе О. Б. Шевчука [2] информационная экономика определяется как сетевая глобально-информационная экономика. Российские исследователи С. И. Паринов и Т. И. Яковлева [3;4] используют термин "сетевая экономика". Европейская комиссия определяет понятие глобальной сетевой экономики, трактуя ее как "среду в которой любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, для торговли, для обмена идеями и ноу-хау" [5].

Рассматривая системы с критической массой потребителей и нарастающей предельной доходностью, Р. Вайбер показывает, что для них требуются новые модели поведения при принятии экономически рациональных решений в рамках новой экономической формы. Исследователь указывает, что "ее можно назвать и информационной экономикой, и сетевой экономикой или даже высокотехнологичной экономикой. При этом особенно важную роль играет образование сетевых структур, оказывающих решающее влияние на продвижение к сетевой экономике, и возникновение новой хозяйственной формы, в рамках которой начинает действовать закон нарастающей предельной доходности и эффективно работать положительная обратная связь" [9].

Многие исследователи, решающие прикладные задачи, опираются на термины "Интернет-экономика", "новая экономика" [6 – 8]. В "новой экономике" главную роль играет информация, которая в отличие от материальных ресурсов имеет низкую стоимость и высокую скорость обмена. Важнейшим условием эффективной работы субъектов новой экономики является способность использовать информацию в конкурентной борьбе.

Рассматривая информационную экономику в качестве области знания, Р. Р. Толстяков характеризует ее как "метаэкономику по отношению к отраслевым экономикам (изучающим экономические аспекты материальной базы информационных технологий, их эффективного применения, создания научных знаний и средств их передачи)", которая "специфически проявляет себя в исследовании информации как ресурса, в обоб-

щеннем рассмотрении информационных отношений, объединяя отдельные их аспекты в единый объект, функционирующий в системе рынка и государственного регулирования" [10].

Обобщая различные трактовки и определения информационной экономики, можно сказать, что независимо от используемого термина ключевыми ее элементами являются:

информационные ресурсы – главный фактор успешного развития каждого экономического субъекта и экономики в целом;

новые формы делового взаимодействия, реализуемые через технологии электронного бизнеса;

создание мирового информационного пространства на основе глобальной компьютерной сети Интернет. Данное информационное пространство сочетает в себе структурирование информационных ресурсов как продуцируемых, так и используемых в процессах экономической деятельности и возможность неограниченной коммуникации во времени и пространстве практически для всех агентов экономики;

источник производительности заключается в технологии генерирования знаний, обработки информации и коммуникации, воздействии знания на само знание [1, с. 39];

базовыми формами рыночного взаимодействия становятся сотрудничество и кооперация. Управление строится на принципах самоорганизации и самоуправления;

исчисление себестоимости по объему хозяйственной деятельности на основе сопоставления затрат и результатов с учетом стоимости того, что не было выполнено. Относительно каждой операции и каждого бизнес-процесса ищется ответ на вопрос: "Нужно ли это делать? Если да, то где и когда это сделать лучше всего?" [11, с. 151 – 152].

Представляется целесообразным рассмотреть с позиций системного подхода соотношение индустриальных и информационных компонентов экономики. Представим упрощенную схему материального и информационного взаимодействия субъектов экономики в виде многослойной структуры, как показано на рис. 1. На схеме выделено четыре уровня. Уровень  $U_m$  соответствует бизнес-процессам материального производства предприятия. Каждый субъект экономической деятельности на данном уровне может быть в различных качествах: поставщика, производителя, потребителя.

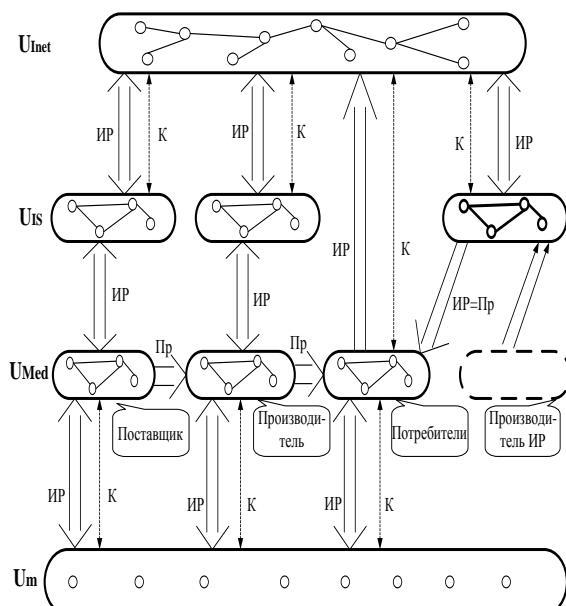


Рис.1. Схема материального и информационного взаимодействия субъектов экономики в виде многослойной структуры

Уровень  $U_{Med}$  соответствует "классическим" медиа-средствам и средствам коммуникации, с помощью которых традиционно строились механизмы взаимодействия субъектов рыночной среды – печатные информационные и рекламные издания, телевидение, телефон, телеграф, факсимильная связь. Развитие механизмов рыночного взаимодействия, формирование

структур и моделей бизнеса до появления компьютерных технологий и информационных систем было связано с новациями уровня  $U_{Med}$ . Так, например, бурное развитие международных бизнес-структур, корпораций и концернов связано с появлением и совершенствованием телефонной и факсимильной связи; активизация международных рынков – с продвижением рекламной продукции через печатную продукцию, а позже через радио и телевидение.

Начало компьютерной эпохи (2-я половина XX столетия) связано с решением задач повышения эффективности бизнеса за счет увеличения степени его автоматизации. В это время на основе компьютерных технологий и информационных систем предприятия начинают формировать собственные информационные образы всех объектов и процессов, составляющих содержание их деятельности. Составность всех таких информационных образов составляет информационное пространство или информационное поле предприятия [12, с. 509]. Содержание информационного образа представляет собой знания и информацию, которые возникают в процессе деятельности предприятия и с точки зрения дальнейшего их использования являются информационными ресурсами предприятия.

На схеме рис. 1 это соответствует уровню  $U_s$ . Каждая операция бизнес-процессов на материальном уровне  $U_m$  порождает транзакцию в информационной системе субъекта экономической деятельности, создавая фрагмент информационного ресурса и модифицируя информационное пространство субъекта экономической деятельности на уровне  $U_s$ . Заметим, что появление и развитие уровня  $U_s$  позволило повысить скорость и качество принятия решений при организации и осуществлении взаимодействий в бизнесе, но не привнесло качественных изменений в эти процессы. Как отмечает Роберт Томпсон: "Компьютеризация была, по сути, предпоследним достижением индустриального века – автоматизация "бумажной" работы представляла собой апогей индустриальной автоматизации... организации оптимизировали свою работу настолько, насколько это позволяла компьютеризация бизнес-процессов и автоматизация уровня индустриальной эпохи. Дальнейшее развитие уже не могло вызвать существенных изменений" [13].

Качественный скачок в организации и характере взаимодействий субъектов рыночной среды произошел с включением в них сети Интернет. Уровень  $U_{net}$  (см. рис.1) соответствует глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет. Через этот уровень субъекты экономической деятельности осуществляют обмен информационными ресурсами в объемах, необходимых для осуществления взаимодействия, а также коммуникационные бизнес-процессы взаимодействия.

С активизацией уровня  $U_{net}$  началось бурное развитие отраслей, связанных с продуцированием информационных продуктов (Производитель ИР на рис. 1), как конечных продуктов потребления. Это, в первую очередь, отдельные программные продукты и программное обеспечение крупных информационных систем. Для индивидуального потребителя – продукты мультимедийных электронных изданий – презентации, мультимедийные средства обучения, альбомы, энциклопедии, аудиокниги и т. д. Такие продукты носят виртуальный характер и могут быть доставлены непосредственно потребителю через глобальную сеть Интернет. Такие же неограниченные возможности открываются для функционирования и развития предприятий, оказывающих банковские услуги, работающих на финансовых и страховых рынках.

Активное использование уровня  $U_{net}$  обеспечивает предприятиям не только повышение эффективности взаимодействий, но и доступ к возрастающим объемам знаний о новых продуктах, технологиях, инновациях, что и обеспечивает для них активизацию технологий генерирования знаний. Этим процессам способствует и активное перемещение информационных ресурсов с уровня  $U_{Med}$  на уровень  $U_{net}$ : многие печатные издания, радио и телеканалы имеют на Web-сайтах копии своих материалов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что прямое проявление воздействия информационной экономики на бизнес состоит в изменении характера взаимодействий субъектов экономики и повышение эффективности взаимодействия. Косвенное проявление состоит в повышение инновационного потенциала предприятий. За счет электронной прозрачности мирового рынка потребитель получает мгновенный доступ к ин-

формації о будь-яких товарах, що веде до зростання конкуренції між виробниками і, як наслідок, — зростання виробництва та якості продуктів та послуг.

Існує з важкості аспекта взаємодії, розглянемо фактори, що впливають на взаємодії, їх динаміку в контексті становлення та розвитку інформаційної економіки. На основі аналізу робіт [6; 14–16] представимо діаграми причинно-следственних зв'язків факторів, пов'язаних з формуванням та проявленням процесів взаємодії. На рис. 2 представлена діаграма впливів та причинно-следственних зв'язків факторів для індустріальної економіки, а на рис. 3 — діаграма впливів факторів інформаційної економіки на характеристики процесів взаємодії для виробників та споживачів.

Чо характерно для процесів взаємодії індустріальної економіки? Затрати на взаємодії між суб'єктами економіки в значній ступені відповідають такими елементами затрат, як витрати на пошук інформації, координацію взаємодії, обмін даними, контроль ефективності взаємодії.

С іншої сторони, цінність самого взаємодії, відповідаюча збільшенню доданої стоямості та прибутку, обумовлена цілім рядом соціокультурних та економіческих факторів: обмежена мобільність капіталу, язикові розніки, відстані між суб'єктами економіки, розніки в методах регулювання економіки, використання різних стандартів. Наличчя такого роду факторів веде до зниження цінності взаємодії. В результаті, везде, де затрати на організацію та використання взаємодії перевищують цінність взаємодії, об'єднуються кордони ринків. Наличчя ринкових кордонів та відповідає склад постачальників та споживачів конкретних ринків.

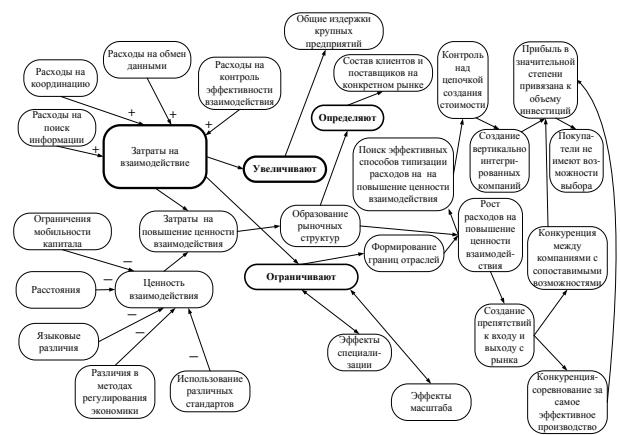


Рис.2. Діаграма впливів та причинно-следственних зв'язків факторів індустріальної економіки

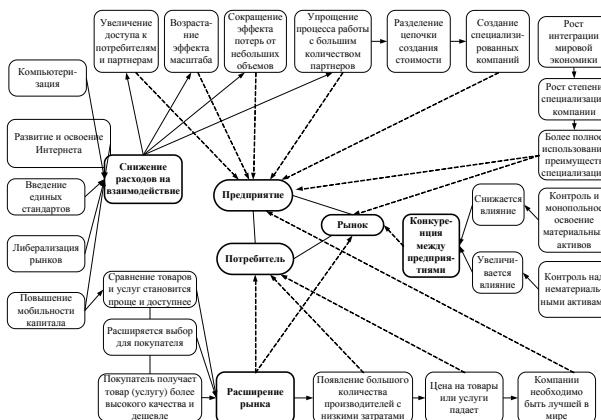


Рис.3. Діаграма впливів факторів інформаційної економіки на характеристики процесів взаємодії

Сами по собі більші затрати на взаємодії, з однієї сторони, обмежують для підприємства-виробника отримання ефекту спеціалізації та масштабу, що відповідає умовам формуванням промислових кордонів, а з іншої сторони, ведуть до зростання загальних витрат великих виробників. Підприємства в результаті пошуку способів зниження витрат на взаємодії створюють вертикально-інтегровані компанії, що дозволяє контролю над ланцюгом створення стоямості. В результаті — два ключові ефекти: прибуток дуже великий, а покупач не має можливості вибору з усіх можливих альтернатив.

Розглянемо, як змінюються характеристики процесів взаємодії в ході розвитку їхніх інформаційних економік (див. рис. 3). Активізація ряду рознорідних по своїй природі факторів — інтенсивна комп'ютеризація, розвиток та освоєння Інтернету, введення єдиних стандартів, либералізація ринків, підвищення мобільності капіталу — все це веде до резкого зниження витрат на взаємодії, які відповідають споживачам (услугам) становиться доступнішими та проще.

В свою чергу зниження витрат на взаємодії дозволяє зменшувати відносительні втрати від малого обсягу продаж та підвищувати ефект масштабу, розширяючи доступ до споживачів та партнерів. Упрощення роботи з партнерами дозволяє розділяти ланцюг створення стоямості, що стимулює створення спеціалізованих компаній. Для споживачів проходить розширення ринків, на яких знижуються ціни на товари та послуги.

Підприємства, вовчені в діяльність на основі інформаційної економіки, функціонують в нових умовах та мають нові можливості та загрози, що сприяє досягненню успіху. В таблиці на основі обобщення робіт радянських та зарубіжних дослідників [9; 16–19] представлені відмінності промислової (постпромислової) та інформаційної економік.

Таблиця

Сравнительные характеристики промисловой (постпромышленной) и информационной экономики

Индустріальна та постіндустріальна економіка	Інформаційна економіка
1	2
Действует закон убывающей предельной доходности и отрицательная обратная связь в качестве фактора равновесия и стабилизации	Доминируют прямые сетевые эффекты и положительная обратная связь, что находит воплощение в возрастающей предельной доходности
Высокая степень внешнего регулирования	Формирование альянсов и ориентация на саморегулирование
Конкурентоспособность предприятий любых отраслей зависит от материальных ресурсов (территории, зданий и цехов, производительности станков и машин)	Конкурентоспособность предприятий любых отраслей зависит от эффективности их организации и управления, наличия развитых средств коммуникации и кооперации с клиентами и партнерами, объема накопленных сотрудниками знаний и умений
На рынках крупные конкуренты поглощают мелких	На мультимедийных рынках не крупные конкуренты поглощают мелких, а быстрые — менее расторопные (преимущества получают предприятия-инноваторы)
Потребитель — преимущественно массовый, не осуществляющий контроль над рынком	Потребитель — индивидуальный заказчик — осведомлен о состоянии дел на рынке и о всех возможностях выбора продукта
Периодическое обновление	Непрерывный процесс совершенствования компетенций на основе постоянного обучения

### Окончание таблицы

1	2
Основу поведения на рынке составляют безопасность и стабильность	Предприятие отличается готовностью к риску и умеет преодолевать его негативные последствия
Ориентация на сохранение старых рабочих мест	Ориентация на создание новых рабочих мест
Опора на капитал	Опора на знания и интеллектуальную собственность. Капитал рассматривается преимущественно как рабочий инструмент
Стремление к сохранению status quo	Скорость и изменения
Концепция "выигрыш-проигрыш": от сделки одна из сторон выигрывает больше другой, и "нулевого баланса": обе стороны просто стремятся минимизировать свои потери	Концепция "выигрыш-выигрыш", когда каждая из сторон сделки получает явный выигрыш от сделки
Устойчивая, иерархическая организационная структура с преобладанием вертикальных связей	Плоские горизонтальные самоорганизующиеся структуры, ситуативные гетерархии
Предприятие — монолитная, устойчивая и централизованно управляемая организация	Предприятие — форма адаптации к быстро меняющимся требованиям рынка, разворачивающейся на основе реинжиниринга деловых процессов и тотального управления качеством
Работа с информацией базируется преимущественно на стратегии сокрытия	Стратегия распространения информации с целью получения преимущества путем стратегической инициативы (способности влиять на развитие тенденций и технологий)
Сотрудники позиционируют свое положение на основе за-меняемости, зависимости, под-чиненности	Сотрудники позиционируют свое положение на основе ангажированности, лояльности, информированности, независимости

Для информационной экономики характерен целый ряд новых тенденций, которые не были присущи постиндустриальной экономике. Рассмотрим основные из них.

Обработка информации и производство знаний являются ведущим направлением деятельности преимущественно в сфере услуг, которая по показателям занятости и доле в национальном продукте начинает превосходить традиционную промышленность. Человеческий капитал становится лидирующей сферой накопления и использования капиталовложений на основе использования информационных ресурсов, не имеющих ограничений в силу своей формы существования и способов использования [14]. Если для индустриальной экономики источником роста производительности были топливные ресурсы, то в информационной экономике рост производительности определяют информационные ресурсы [13].

Ряд макроэкономических тенденций формируется с развитием информационной экономики [6]:

коммерческая деятельность субъектов экономики распространяется на весь мир, так как факторы пространства и времени утрачивают свое значение;

взаимодействие потребителя с производителем в интерактивном режиме ведет к снижению транзакционных издержек, поскольку исключаются посредники. В то же время происходит расширение круга субъектов, участвующих в коммерческих и бизнесовых операциях;

резко возрастают возможности кастомизации — любые доступные конфигурации изделий по желанию потребителя могут формироваться в реальном масштабе времени. Таким образом информационная экономика открывает возможности удовлетворения элитарных индивидуальных запросов потребителей;

наличие единых для всех предприятий условий взаимодействия дает возможность малым предприятиям конкурировать на равных с крупными и хорошо известными предприятиями;

характерной чертой процесса встраивания информационной экономики в механизм традиционной экономики является проникновение крупнейших транснациональных компаний в сферу электронного бизнеса. Транснациональные компании модернизируют свою инфраструктуру на основе Интернет-технологий и используют инструменты электронного бизнеса для расширения рынков сбыта и привлечения клиентов.

Начало третьего этапа технологической революции человечества связано с широким распространением творческого труда. Принципиальная неотчуждаемость работника творческого труда от средств производства (собственного интеллекта) делает технологии информационной экономики колоссальным мультипликатором отдачи информационных ресурсов в воспроизводственных процессах предприятий. В этих условиях возникает устойчивая тенденция к возрождению универсального знания [20], которую необходимо учитывать в процессах развития информационных ресурсов предприятий.

Развитие информационной экономики и глобализация — тесно связанные процессы по принципу положительной обратной связи. Рост экономической и деловой активности, развитие многонациональных компаний, создание экономических сетей разных стран — эти процессы, характеризующие современный этап развития внешнеэкономической деятельности, указывают на наличие тенденции к слиянию глобализации и экономической интеграции стран в информационной экономике [21].

Одной из характерных особенностей информационной экономики является появление и развитие виртуальных предприятий, которые интегрируют материальные, организационно-технологические и другие ресурсы на основе использования компьютерных сетей. С одной стороны, виртуальное предприятие отличается адаптивной, гибкой и динамичной сетевой структурой, а с другой — осуществляет синтез культур, традиций, опыта множества предприятий. Виртуальное предприятие, координируя цели, ресурсы, процессы развития юридически самостоятельных предприятий, представляет своего рода "мегапредприятие" [21]. Результативность работы таких предприятий определяется качеством управления информационными ресурсами участников, которые вовлечены в сетевую структуру.

Одна из ключевых тенденций — изменение характера времени. Сложность технологий ведет к удлинению сроков и удорожанию разработки при сокращении периодов эффективной эксплуатации технологий. Амортизация капиталовложений должна производиться за очень ограниченное время. И как указывает автор работы [9]: "время стало стратегическим фактором успеха, так как, во-первых, при запоздалом проникновении на рынок срока присутствия там не хватает, чтобы покрыть высокие постоянные затраты, во-вторых, может сформироваться новый стандарт, который будет предопределять дальнейшее развитие рынка."

Особенностью информационной экономики является изменение роли малых предприятий — небольшие компании могут присутствовать на рынках многих стран. Инструментом такого присутствия может являться, например, аутсорсинг, когда "относительно небольшая компания может, с привлечением малых предприятий, работать по всему миру из центрального офиса или "штаба", сохраняя контроль над выполнением поставленных задач в рамках выбранной стратегии" [22].

Предприятия информационной экономики переходят от традиционных жестких иерархических структур к динамической сетевой организации, которые также носят название организаций с модульной структурой [22]. В таких предприятиях ключевые бизнес-процессы (например, производство, маркетинг, проектная деятельность, бухгалтерский учет и т. п.) выполняются отдельными организациями на основе различного рода схем контрактных договоренностей. Процессы взаимодействия при этом осуществляются на основе коммуникационных технологий и глобальной сети Интернет.

Организация бизнеса на основе сетевых структур позволяет предприятиям выбирать и использовать ресурсы по всему миру, что позволяет обеспечивать наивысшее качество при минимизации затрат. Для сетевых или модульных структур характерны быстрые переходы на новую продукцию при условии высокой производительности труда.

Для электронного бизнеса характерна тенденция к увеличению количества участников цепочек по формированию добавленной стоимости. Снижение стоимости взаимодействия позволяет переходить на технологию управления электронны-

ми цепочками формирования добавленной стоимости [23], что позволяет принципиально по-новому подойти к организации бизнес-процессов. Препятствием в организационных нововведениях в данном направлении на сегодня являются преимущественно культурные традиции персонала и менеджеров. Об этом свидетельствуют данные исследований Forrester Research, приведенные в источнике [23]: 68% руководителей компаний из списка Fortune 500 определяют культурные традиции в качестве главного фактора противодействия внедрению новых технологий.

Модели электронного бизнеса позволяют осуществлять полное сегментирование рынка и персонализировать продукты и услуги на основе интерактивного общения с каждым клиентом. Каждый потенциальный потребитель, общаясь с использованием каналов обратной связи, становится и потребителем, и поставщиком информационных ресурсов, что позволяет снизить риски и неопределенность взаимодействий производителей и потребителей [24].

В информационной экономике расширение источников развития предприятий может осуществляться за счет роста качества продуктов и услуг, формирования более тесных и глубоких связей с потребителями. Все большую ценность приобретают такие технологии электронного бизнеса, как системы управления отношениями с потребителями (CRM — Customer Relationship Management), системы планирования ресурсов предприятия (ERP — Enterprise Resource Planning), системы управления жизненным циклом изделия (PLM Product Life Cycle Management) [25].

Интенсивная динамика процессов информационной экономики создает большие проблемы для персонала как носителя и продуцента информационного ресурса предприятия. Это проявляется в том, что изменения носят все более глобальный и быстрый характер, поэтому накопленные знания и навыки персонала устаревают в течение жизни одного поколения [26]. Связанная с этим потеря компетенции является не только производственной и управлеченческой проблемой, но и в значительной мере проблемой социально-психологической. Такая тенденция требует более внимательного изучения и разработки методологических проблем культуры деятельности и в особенности управленческой деятельности.

Анализ характеристик и тенденций информационной экономики позволяет указать ключевые направления стратегического развития украинских предприятий, работающих в научоемких отраслях экономики:

1. Выявление ключевых компетенций, которые опираются на информационные ресурсы, на знания и интеллектуальный капитал предприятия.

2. Интенсивное формирование технологических, информационных и сетевых структур электронного бизнеса.

3. Организация на основе сетевых и коммуникационных технологий интерактивного общения с партнерами и клиентами с использованием рефлексивных механизмов информирования и управления.

4. Формирование альянсов и развитие виртуальных предприятий, которые интегрируют материальные, организационно-технологические и другие ресурсы на основе использования компьютерных сетей. Создание организационных структур с ориентацией на саморегулирование.

5. Формирование стратегий развития предусматривающих: а) непрерывный процесс совершенствования компетенций путем постоянного обучения; б) распространение информации с целью получения преимущества путем стратегической инициативы (способности влиять на развитие тенденций и технологий).

6. Передача предприятиями ключевых бизнес-процессов для выполнения отдельным организациям на основе различного рода схем контрактных договоренностей (в частности, аутсорсинга).

7. Активная трансформация системы ценностей, целевых установок и культурного аспекта менеджмента в целом для предотвращения негативных последствий чисто технократического подхода к развитию электронного бизнеса предприятия.

Проявление воздействия информационной экономики на бизнес состоит в изменении характера взаимодействий субъектов экономики и повышении эффективности взаимодействия. Косвенное проявление состоит в повышении инновационного потенциала предприятий — рост производительности

и качества продуктов и услуг происходит в результате электронной прозрачности мирового рынка, когда потребитель получает мгновенный доступ к информации о любых товарах, что ведет к росту конкуренции между производителями. Информационная экономика открывает новые возможности перед украинскими предприятиями, работающими в научоемких отраслях, создающими информационные продукты и услуги. Реализация потенциала таких возможностей связана с необходимостью своевременного выбора ключевых направлений стратегического развития, отвечающих общим тенденциям развития экономики знаний. Направления дальнейших исследований в рамках данной проблематики связаны с моделированием взаимоотношений бизнес-структур в информационной экономике.

- Література:** 1. Кастельсь М. Інформаційна епоха: економіка, общество и культура: Пер. с англ. / Под науч. ред. О. И. Шкарата. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с. 2. Шевчук О. Б. Глобально-інформаційна економіка та синергетичний підхід до її дослідження. — К.: Фенікс, 2004. — 112 с. 3. Паринов С. И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий / К. И. Паринов, Т. И. Яковлева // Вопросы экономики. — 2000. — №4. — С. 21 — 25. 4. Паринов С. И. Экономика в новом информационном пространстве. — Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2000. — 160 с. 5. Status Report on European Telework: Telework 1997. European Commission Report, 1997. // <http://www. eto. org. uk/twork/tw97eto/> 6. Климович Л. Новая экономика как тенденция развития мирового хозяйства // Белорусский журнал международного права и международных отношений — 2002. — №1. — С. 11—14. 7. Касынов Ю. Public Relations и "новая экономика" // Источник: Internet UA. — 2003. — №9. — С. 32 — 36. 8. Кудрявцева С. С. "Новая экономика" — продукт современной стадии экономического развития // Экономика XXI века. — 2003. — №11. — С. 35 — 47. 9. Вайбер Р. Эмпірическі закони сітевої економіки // [http://www. ptpu. ru/issues/4\\_03m](http://www. ptpu. ru/issues/4_03m). 10. Толстиков Р. Р. Інформаційна економіка — економіка постіндустріального общества // <http://knowhow. virtech. ru> 11. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. — М.: Ізд. дом "Вільямс", 2000. — 272 с. 12. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством. — Харків: Основа, 1999. — 620 с. 13. Томпсон Р. Інфраструктури Інтернет-аналітики для інформаційної економіки // <http://www. olap. ru/trends/news> 14. Тарасов В. Б. Предприятия XXI века: проблемы проектирования и управления // <http://masters. donntu. edu. ua/2001/fvt/matsak/diss/lib/indxxi. htm> 15. Газин Г. Феномен новой экономики // Логінфо. — 2001. — №1. — С. 25 — 29. 16. Бондарев Д. Інтернет-інкубаторы: История. Модели. Советы начинающим // Мир Интернет. — 2001. — №2. — С. 8 — 12. 17. Косяков И. Выбор стратегии использования интеллектуальных активов компаний в информационной экономике // Межвузовский сборник научных работ сотрудников, аспирантов и студентов "Интеллектуальный капитал: проблемы измерения, учета и управления", 2002. // [http://www. kosoakov. info/rus/it/articles/intellect\\_assets. htm](http://www. kosoakov. info/rus/it/articles/intellect_assets. htm) 18. Паринов С. И. Экономика в новом информационном пространстве. — Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2000. — 160 с. 19. Сигел Д. Шаги в будущее: стратегии в эпоху электронного бизнеса. — М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. — 372 с. 20. Братимов О. В. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи / О. В. Братимов, Ю. М. Горский, М. Г. Делягин, А. А. Коваленко — М.: ИНФРА-М, 2000. — 344 с. 21. Манюшик А. Виртуальное предприятие как эффективная форма организации внешнеэкономической деятельности компаний / А. Манюшик, В. Смолянинов, В. Тарасов // [http://www. ptpu. ru/issues/4\\_03](http://www. ptpu. ru/issues/4_03) 22. Бабкин Ф. В. Электронная коммерция и новые организационные формы компаний // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — №1. — С. 16 — 19. 23. Лугачев М. И. Электронный бизнес. — 10.03.2003 / М. И. Лугачев, С. Н. Смирнов // <http://it. econ. mtsu. ru/article/articleview> 24. Рублевская Ю. В. Моделирование бизнеса в Интернет-среде / Ю. В. Рублевская, Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №2. — С. 30 — 33. 25. Бритков В. Электронный бизнес и наше будущее / В. Бритков, Н. Смолянинов // Бизнес академия. — 2004. — № 005-006. — С. 38 — 48 // <http://www. logistics. ru> 26. Электронный бизнес и новая экономика. — 2003. // [http://www. e-center. com. ua/level\\_0/editorial](http://www. e-center. com. ua/level_0/editorial)