



РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

В. В. Ковальчук,
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, економічної теорії та фінансів
Хмельницького університету управління та права*

УДК 330.3:332.14 (447.43)

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ЯК СКЛАДОВОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Досліджено головні фактори, які обумовлюють необхідність створення та розвитку інформаційних центрів в Україні, зазначено перспективи їх створення в Хмельницькій області.

Ключові слова: інформаційний центр, інформація, інформаційний ринок, інформаційна послуга.

В умовах глобалізації, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій значний вплив на ефективність діяльності як на макро, так і на мікрорівні має забезпечення інформаційних потреб суб'єктів ринку. Саме тому набуває поширення створення різноманітних інформаційних центрів. Особливістю створення центрів на теренах України є використання зарубіжного досвіду та відсутність загальних вимог до методології їх створення та функціонування. У той же час важливо оцінювати потенційний вплив на учасників ринку, які, приймаючи рішення щодо своєї діяльності, ґрунтуються на отриманій інформації. Створення інформаційних центрів забезпечує інформаційні потреби як попиту так і пропозиції в умовах ринкової економіки, саме тому важливе забезпечення комплексного підходу до створення інформаційних центрів.

У Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр. як одного з напрямків діяльності зазначено поліпшення доступу до інформаційних ресурсів [1]. Узагальнюючи підходи до визначення поняття “інформаційні ресурси”, можна зазначити, що це “увесь обсяг інформації, що є в інформаційній системі” [2, с. 42]. Тому для забезпечення інформаційних потреб суб'єктів ринку через створення інформаційних центрів необхідно розробити інформаційну систему, яка містить класичний набір компонентів — інформаційне, програмне, технічне, правове, лінгвістичне, організаційне, ергономічне забезпечення [2, с. 83; 3]. Деякі автори виокремлюють організаційне забезпечення в окремий компонент, зазначаючи, що під “організаційними компонентами інформаційної системи розуміють сукупність



методів і засобів, що дозволяють вдосконалити організаційну структуру об'єктів і функції управління, які виконують структурні підрозділи, визначити штатний розклад і чисельний склад кожного структурного підрозділу; розробити посадові інструкції управлінського персоналу в умовах функціонування систем обробки даних" [2, с. 85]. Враховуючи неможливість створення інформаційної системи без організаційного забезпечення, треба зазначити недоречність його вилучення зі складу видів забезпечення. Однак подібні підходи ґрунтуються на важливості його впливу на ефективність діяльності інформаційної системи.

Інформаційний центр за змістом своєї діяльності є інформаційною системою зі збільшеною роллю організаційного забезпечення як складової системи надання інформаційних послуг. Організаційне та інформаційне забезпечення на цьому етапі розвитку теорії створення інформаційних центрів є ключовими компетенціями їх успіху. Різноманіття підходів до створення інформаційних центрів в умовах того, що їх кількість стосовно до об'єктів, які потребують надання послуг інформаційних центрів, є маленькою, свідчить про переважно експериментальний підхід до їх створення. Узагальнення досвіду створення та діяльності інформаційних центрів, визначення ефективних рішень щодо забезпечення їх інформаційних систем, а особливо організаційного та інформаційного, є перспективним напрямком дослідження для інформаційного менеджменту.

Найбільший розвиток інформаційних центрів має місце в туристичній галузі, в якій структура попиту на інформацію є відомою та стандартизованою. Системне розуміння інформаційних потреб суб'єктів туристичного ринку сприяє розвитку туристичних інформаційних центрів. Треба зауважити, що створюються переважно регіональні центри [4].

Неспеціалізовані інформаційні регіональні центри, охоплюючи багато видів діяльності, у меншій мірі забезпечують виконання мети свого створення. Це обумовлено пошуком ефективних рішень щодо інформаційної діяльності в процесі функціонування. Проте позитивний досвід їх створення сприяє розвитку методологічної основи. Наприклад, Регіональний інформаційний центр Харківської обласної ради (діє з березня 2011 року) — це комунальне підприємство, головною метою якого є професійне висвітлення діяльності компаній Харківської області у засобах масової інформації [5]. Центр пропонує широкий спектр послуг, серед яких — збір і обробка інформації з різноманітних джерел, розміщення її в ЗМІ та мережі Інтернет; проведення спільних інформаційних проектів, брифінгів, прес-конференцій та інших публічних заходів; організація та підтримка ділових контактів з регіонами України і країнами ближнього зарубіжжя; виготовлення інформаційної продукції.

З 27 серпня 2011 року набула чинності для України Угода про співробітництво держав — учасниць СНД у створенні, використанні та розвитку міждержавної мережі інформаційно-маркетингових центрів для просування товарів і послуг на національні ринки, якою передбачено, що створення міждержавної мережі інформаційно-маркетингових центрів підвищує ефективність соціально-економічних і гуманітарних процесів, зміцнює торговельні зв'язки, відкриває доступ до нових можливостей електронної взаємодії держав — учасниць СНД на основі рівності й взаємної вигоди [6]. В угоді наведено визначення інформаційно-маркетингового центру (ІМЦ), відповідно до якого це — юридична особа, яка здійснює функції оператора міждержавної мережі ІМЦ з надання електронних інформаційно-комунікаційних послуг на базі інформаційних систем, ресурсів і технологій, що реалізуються в міждержавній мережі ІМЦ. Треба зазначити, що у ст. 1 цієї угоди зазначено, що створення, використання та розвиток національних мереж інформаційно-маркетингових центрів повинен відбуватися на погодженій сторонами методологічній основі та передбачає об'єднання їх у міждержавну мережу. Це також свідчить про актуальність питання щодо створення



інформаційних центрів та розвиток методологічного підґрунтя їх створення та діяльності.

Забезпечення стандартизованих підходів до створення інформаційних центрів, яке ґрунтується на дослідженні ефективності організаційного забезпечення та галузевої стандартизації інформаційного забезпечення, сприятиме не тільки підвищенню ефективності діяльності регіональних інформаційних центрів, але й популяризації їх діяльності серед суб'єктів ринку, спрощенню процедури отримання інформаційних продуктів та послуг, а також дозволить ефективно співпрацювати інформаційним центрам різних регіонів завдяки інтеграції інформаційних систем.

Метою статті є визначення ролі інформаційних центрів у забезпеченні реалізації Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр., з'ясування особливостей створення та функціонування інформаційних центрів, визначення їх структури та розробка рекомендацій щодо здійснення діяльності по їх створенню.

Діяльність усіх суб'єктів ринку відбувається в умовах постійного попиту на інформацію. Для виробників інформація про технології, сировину, попит на продукцію є стратегічним ресурсом виробництва. Для споживачів важлива інформація про максимально розгорнутий перелік продукції та виробників бажаного товару. В умовах відсутності повноцінного інформаційного обміну між суб'єктами ринку ускладнюється прийняття зважених релевантних рішень та зростає ризик їх непередбачених наслідків. Саме тому зростає попит на інформацію та на послуги комп'ютерного зв'язку. За даними Головного управління статистики у Хмельницькій області, доходи підприємств від надання послуг комп'ютерного зв'язку зросли в 2,5 раза за період з 2008 по 2011 роки (табл. 1) [7].

Таблиця 1

**Доходи підприємств від надання послуг
комп'ютерного зв'язку у Хмельницькій області***

Роки	Доходи від надання послуг комп'ютерного зв'язку** (тис. грн.)		Надання доступу до мережі Інтернет (у складі послуг комп'ютерного зв'язку)
2008	Всього	26224,7	25081,3
	у тому числі населенню	12092,2	12051,3
2009	Всього	43414,2	41452
	у тому числі населенню	28904,4	28095,6
2010	Всього	54318,3	52326,1
	у тому числі населенню	38800,6	37953,3
2011	Всього	65096,8	63002,6
	у тому числі населенню	47888,9	47132
2012 (січень — листопад)	Всього	60757,2	58643,8
	у тому числі населенню	44099,7	43648,2

Примітки: * складено автором за даними Головного управління статистики у Хмельницькій області;

** з урахуванням ПДВ.



На рис. 1 представлена динаміка доходів від надання послуг комп'ютерного зв'язку та надання доступу до мережі Інтернет у складі загальних доходів.



Рис. 1. Доходи від надання послуг комп'ютерного зв'язку та надання доступу до мережі "Інтернет" у складі загальних доходів

Наприклад, за даними Chemonics International, отриманими під час виконання проекту "Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність" (USAID ЛПНК), кількість туристично-інформаційних центрів в Україні зростає, (рис. 2) [4].

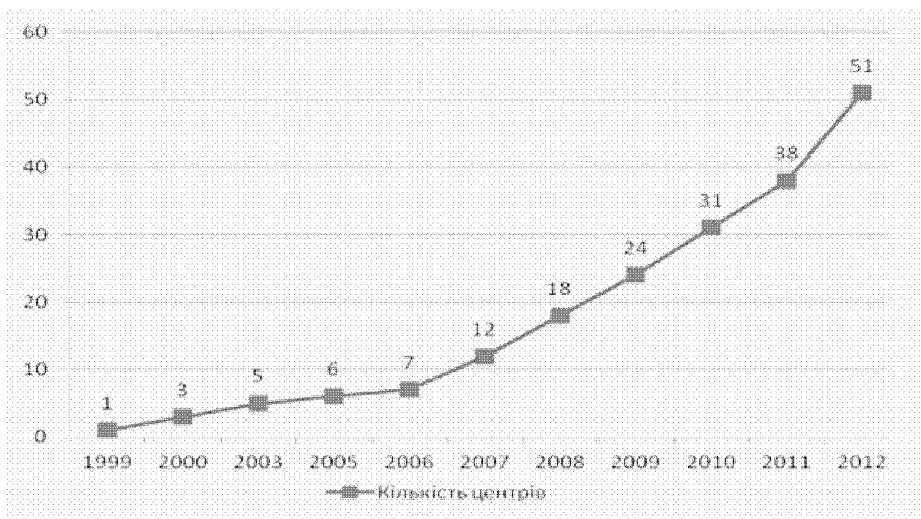


Рис. 2. Динаміка зростання кількості туристично-інформаційних центрів в Україні (1999–2012 рр.)



Таблиця 2

**Потенційний вплив інформаційних центрів на реалізацію заходів
Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр.**

Заходи	Вплив інформаційних центрів
Стратегічна мета 1: Диверсифікація структури економіки області та покращення діяльності економічних суб'єктів	
Поліпшення умов для залучення інвестицій та збільшення обсягів експорту продукції з регіону	Забезпечення інформаційної підтримки інвесторів, розповсюдження інформації про види продукції, сприяння пошуку споживачів за кордоном
Удосконалення схем підтримки МСП (зокрема новоутворених) та підприємців	Надання інформаційно-комунікаційної підтримки
Розбудова мереж та ланцюжків постачання (галузевих та територіальних кластерів) із міцними зв'язками з центрами інновацій та ноу-хау	Надання інформації про потенційних бізнес-партнерів
Просування економіки регіону	Розповсюдження інформації в Інтернет-мережі та в каталогах
Стратегічна мета 2: Реалізація туристичного потенціалу регіону	
Розвиток об'єктів туризму, продуктів та мереж	Сприяння накопичуванню та розповсюдженню інформації, надання інформаційних послуг з метою сприяння розвитку галузі, навчання фахівців (адміністраторів, екскурсоводів)
Забезпечення доступу до маломасштабної фінансової підтримки	Надання інформації потенційним інвесторам
Розвиток інституційної підтримки	Створення консультативного центру
Реклама туристичного потенціалу регіону	Розповсюдження інформації через мережу Інтернет, виставки та каталоги
Стратегічна мета 3: Розвиток сільських територій та територій навколо міст регіону	
Покращення організації ринків для сільськогосподарських товарів і зв'язку міст із сільськими місцевостями	Створення системи електронних закупок та їх поєднання з ефективними логістичними рішеннями, що дозволить забезпечити ефективну реалізацію та мінімальну собівартість продукції
Сприяння доступу до дрібномасштабної фінансової підтримки	Надання інформації потенційним інвесторам, сприяння у підготовці бізнес-планів, проведення навчання по бізнес-плануванню та фандрейзингу
Створення умов для повернення молоді для проживання на сільських територіях	Створення робочих місць — локальних представництв інформаційних центрів, профорієнтаційна робота за цільовими напрямками розвитку населеного пункту, популяризація ІТ-бізнесу як перспективи створення робочих місць у районах та селах
Стратегічна мета 4: Забезпечення зростання регіонального потенціалу	
Покращення та забезпечення можливостей для співробітництва із сусідніми країнами, областями та співробітництва всередині області	Акумуляція та розповсюдження інформації, сприяння пошуку потенційних партнерів
Розвиток поінформованості та спроможності збереження довкілля	Розповсюдження інформації, навчання, пошук та популяризація екологічно-безпечних рішень
Вдосконалення співробітництва центрів знань (університетів та інститутів) з підприємствами, аграрним сектором та іншими суб'єктами у галузі технології та новаторства	Залучення фахівців навчальних закладів до формування інформаційних центрів сприятиме забезпеченню продуктивної співпраці
Вдосконалення систем та засобів організації ринку праці	Надання інформації щодо вакансій на новостворених підприємствах, забезпечення аутсорсингових послуг, сприяння створенню нових робочих місць та розвитку ІТ-сфери
Зміцнення гнучкості людських/трудова ресурсів для розвитку галузей економіки	Надання інформаційних послуг, проведення навчання (курсів, тренінгів)
Суспільна та громадська інтеграція	Забезпечення інтеграції інтересів у системі інформаційного забезпечення по видах діяльності



Сприяння забезпеченню інформаційних потреб суб'єктів господарювання в умовах виконання Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр. передбачає створення рівних умов доступу до інформації незалежно від місці розташування, забезпечення розповсюдження якісної інформації за межами області для залучення інвесторів та споживачів товарів і послуг. Саме тому важливо створювати галузеві інформаційні центри, які сприятимуть забезпеченню інформаційних потреб суб'єктів ринку. Напрямки потенційного впливу інформаційних центрів на реалізацію заходів Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області представлено в табл. 2.

На базі інформаційних центрів необхідно забезпечити проведення курсів та майстер-класів по забезпеченню потреб підприємців із застосуванням інформаційних технологій, що особливо актуально для сільгоспвиробників.

Відповідно до напрямків впливу інформаційних центрів на забезпечення виконання заходів, передбачених Стратегією розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр., створення інформаційних центрів дозволяє сприяти виконанню заходів для досягнення зазначеної стратегічної мети. Доцільним є створення галузевих (Туристичний інформаційний центр, Інформаційний центр сільського господарства, Інформаційний центр легкої промисловості) та спеціалізованих інформаційних центрів (Інформаційний центр сприяння підприємству).

Можливість інтеграції окремих центрів у єдину інформаційно-консультаційну мережу є не тільки можливістю, але й передумовою розвитку області в умовах глобалізації. На початкових етапах реалізації зазначеної програми розвитку створення єдиного інформаційного центру є недоречним, бо його створення буде потребувати системного аналізу та значних ресурсів в умовах великого рівню ризику, але не буде гарантувати, що отримані результати забезпечать інтереси усіх учасників ринку. Поступове створення галузевих центрів в умовах єдиної концепції їх формування та розвитку, стандартизації програмного забезпечення та вимог щодо формату даних сприятиме врахуванню вимог мікрорівня, задоволенню потреб макrorівня та забезпечать подальшу інтеграцію інформаційних систем.

Концепція створення інформаційних центрів незалежно від галузевої ознаки однакова та ґрунтується на теоретичних засадах інформаційного менеджменту та теорії організації.

Категорія “інформаційний центр” не визначена законодавцем. На наш погляд, інформаційний центр — це сукупність інформаційних ресурсів, комплексу програмних та апаратних засобів, людських ресурсів, що взаємодіють для забезпечення інформаційних потреб суб'єктів ринку.

З іншого погляду, інформаційний центр — це організація:

- головню метою якої є надання інформаційних продуктів та послуг;
- яка має високий рівень забезпеченості інформаційними ресурсами;
- яка здійснює консультаційно-навчальну діяльність;
- яка функціонує для забезпечення інформаційних потреб виробників окремої галузі.

Треба зазначити, що метою створення галузевих інформаційних центрів є забезпечення інформаційних потреб усіх зацікавлених суб'єктів ринку. Поряд з тим інформаційні центри сприяють залученню капіталу (як у грошовій, так і в товарній формі) в галузь.

Інформаційні центри виконують такі основні завдання:

- а) акумулювання інформації;
- б) створення інформаційних ресурсів;
- в) розповсюдження інформації;
- г) моніторинг та задоволення попиту на інформацію.

Класифікація інформаційних центрів, складена з урахуванням досліджень, представлених у Каталогі туристично-інформаційних центрів України, відображена



на рис. 3 [4; 8]. Головними класифікаційними критеріями є форма існування, територіальна ознака та джерела фінансування.

Рекомендована структура інформаційного центру представлена на рис. 4.



Рис. 3. Класифікація інформаційних центрів

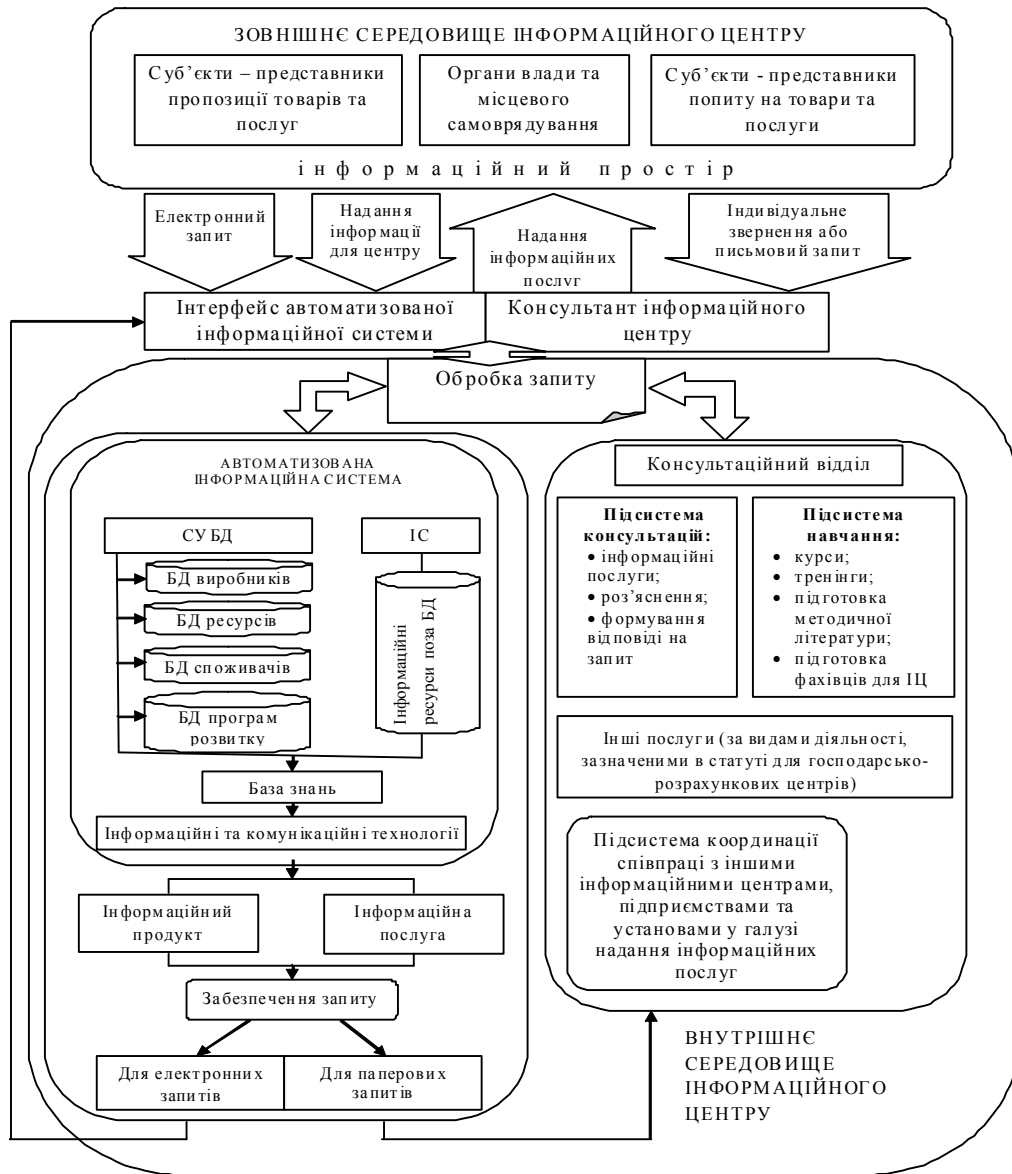


Рис. 4. Структура інформаційного центру

Відповідно до запропонованої структури інформаційний центр містить два головні елементи: інформаційний, до складу якого входить автоматизована інформаційна система, та консультаційний, який забезпечує організаційну та інші види діяльності центру.

Правове регулювання діяльності інформаційних центрів забезпечують Конституція України, закони України “Про інформацію”, “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, “Про телебачення і радіомовлення”, “Про державну таємницю”, “Про інформаційні агентства”, “Про захист персональних



даних”, “Про науково-технічну інформацію”, “Про доступ до публічної інформації”, “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки”, “Про захист економічної конкуренції”, “Про захист від недобросовісної конкуренції”, “Про Національну програму інформатизації”, міжнародні договори в галузі свободи слова та інформації, ратифіковані Україною [9–20].

До факторів, які забезпечують ефективність діяльності інформаційних центрів, належать:

- кваліфікація та мотивація працівників центру;
- місцезнаходження офісу;
- адміністративна підтримка;
- гарантії якості інформаційних послуг;
- стабільність джерел фінансування;
- наявність власного сайту.

Треба зауважити про важливість наявності офісу інформаційного центру. За даними дослідників туристичних інформаційних центрів, “... в умовах України, де особисте спілкування та наявність офісу традиційно викликає більше довіри, аніж суто віртуальні проекти, важливою є наявність фізичного туристичного інформаційного центру, тобто приміщення, до якого турист може зайти, і працівників, яким клієнт може поставити питання при особистій зустрічі” [4].

Водночас важливою складовою досягнення мети створення центру є його представлення в Інтернеті (веб-сайт, сторінки у соціальних мережах, сторінки на галузевих та адміністративних обласних сайтах). У межах проекту зі створення каталогу Туристично-інформаційних центрів України було проведено дослідження періоду, в який можна отримати відповідь на звернення до центрів електронною поштою. З 51 центру лише 17 — відповіли в першу добу, 13 центрів відповідали на запит протягом 2 діб, 4 — відповіли протягом 3 діб, 15 запитів залишилось без відповідей [4]. Наведені дані свідчать про те, що становлення інформаційних центрів тільки відбувається, ще не відпрацьована технологія забезпечення їх ефективної діяльності.

План створення інформаційного центру представлено в табл. 3. Аналізуючи етапи створення інформаційних центрів, зазначені для них основні ризики та шляхи їх подолання, зауважимо, що важливо забезпечити участь науковців у створенні інформаційних центрів. Залучення університетів до процесів формування інформаційного простору різних об'єктів, до розробки структури інформаційних центрів, проведення досліджень інформаційного попиту забезпечить застосування наукового підходу та сприятиме мінімізації ризиків. Важливо створювати інформаційні центри не за принципом збору інформації, яка є в наявності, а за принципом забезпечення інформаційних потреб учасників ринку.

Для виконання заходу 1.3.2: “Просування економіки регіону” Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр. передбачено створення комплексного інформаційного центру з відомостями про всі підприємства та продукцію регіону [1, с. 56–57]. Розробляючи інформаційно-логічну модель для цього центру, обираючи технічне та програмне забезпечення, необхідно враховувати вимоги до методології, необхідність дотримання якої зазначено в Угоді про співробітництво держав-учасниць СНД у створенні, використанні та розвитку міждержавної мережі інформаційно-маркетингових центрів для просування товарів і послуг на національні ринки [6]. Такий підхід обумовлено тим, що за змістом завдань, зазначених для запланованого регіонального інформаційного центру, він може класифікуватись як інформаційно-маркетинговий центр. Отже, необхідно передбачити його інтеграцію в міждержавну мережу ІМЦ. Проте треба звернути увагу на відсутність на сьогодні нормативно-правових документів, які містили б зазначену методологію.



Таблиця 3

Етапи створення інформаційного центру

Етап	Основні ризики	Шляхи зниження ризику
Створення робочої групи	Низький рівень кваліфікації працівників	Залучення кваліфікованих спеціалістів та (або) спеціалізована підготовка
Розробка організаційної документації		
Пошук джерел фінансування	Брак коштів	Розгалуження джерел фінансування
Розробка плану реалізації проекту та контролю системи якості	Брак досвіду, низький рівень кваліфікації виконавців	Залучення кваліфікованих спеціалістів та (або) спеціалізована підготовка
Аналіз інформаційних потреб цільової аудиторії	Обмеження по ресурсах, відсутність адміністративної підтримки, відсутність готовності до співпраці зі сторони бізнесу	Проведення роз'яснювальної роботи, залучення до проекту органів влади, місцевого самоврядування, представників бізнесу та громадських організацій
Розробка техніко-економічного завдання на розробку інформаційної системи	Обмеження по ресурсах, низький рівень кваліфікації персоналу, брак досвіду	Залучення до створення інформаційної системи фахівців кафедр державних вищих навчальних закладів та експертів для вирішення спеціалізованих завдань
Створення інформаційної системи, розробка програмного забезпечення та тестування	Якість програмного забезпечення, якість технічного забезпечення, рівень кваліфікації виконавців	Використання спіральної моделі життєвого циклу програмних продуктів, які будуть забезпечувати функціонування інформаційної системи інформаційного центру
Акумуляція інформаційних ресурсів	Якість інформації, достовірність, готовність до співпраці контрагентів, обмеження по ресурсах	Дотримання правил збору інформації, моніторинг джерел інформації, співпраця з суб'єктами, які мають першоджерела інформації, залучення до робочої групи студентів та надання їм чітких рекомендацій щодо методики збору інформації
Проведення роботи з розповсюдження інформації про діяльність інформаційного центру	Обмежені ресурси, створення конкуруючих організаційних утворень	Моніторинг ринку інформаційних послуг у цій галузі
Забезпечення діяльності інформаційного відділу	Низький рівень кваліфікації працівників, кон'юнктура ринку, відсутність попиту на послуги	Навчання персоналу, моніторинг ринку, забезпечення високого рівня адаптаційної здібності при проектуванні системи, диверсифікація послуг центру
Забезпечення діяльності консультаційного відділу		
Аналіз діяльності	Дотримання методології аналізу	Забезпечення ефективної системи контролю
Удосконалення діяльності	Обмеженість ресурсів, низький рівень адаптаційної здібності	Удосконалення структури центру, постійна робота по залученню ресурсів та покращенню діяльності центру

Створення галузевих інформаційних центрів сприятиме забезпеченню виконання завдання щодо створення комплексного інформаційного центру завдяки ґрунтовній розробці елементів, інтеграція яких забезпечить формування комплексного інформаційного центру в умовах мінімізації ресурсів, порівняно з його створенням без завчасної підготовки галузевими інформаційними центрами окремих модулів, баз даних, інформаційних ресурсів інших видів тощо.

У Законі України “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки” від 9 січня 2007 р. зазначено про необхідність прискореного розвитку інформаційного суспільства в Україні [20]. Вказуючи на соціально-економічну нерівність, яка виникає між розвинутими країнами і країнами, що розвиваються, до головних причин цього законодавець відносить



суттєву різницю в темпах зростання обсягів та номенклатури товарів і послуг, які виробляються та надаються за допомогою інформаційно-комп'ютерних технологій. У законі зазначено, що така нерівність негативно впливає на конкурентоспроможність країн і життєвий рівень людей.

Отже, сприяючи розвитку ринку інформаційних послуг з метою надання нових можливостей для виробників та споживачів, інформаційні центри забезпечують підґрунтя економічного розвитку Хмельницької області.

Стратегія регіонального розвитку Хмельницької області до 2020 року не тільки визначає перспективні напрямки розвитку, а й надає рекомендації досягнення позитивних зрушень. Головною умовою досягнення зазначеної мети є успішна реалізація усіх складових стратегії. Створення ефективної системи інформаційного забезпечення для суб'єктів регіонального ринку, сприяння їх функціонуванню на міжнародних ринках є передумовою виконання стратегії. Отже, створення інформаційних центрів, спрямованих на розвиток економіки регіону, є перспективним напрямком діяльності. Незалежно від форми власності, галузі, джерел фінансування, створення інформаційних центрів повинно відбуватися на основі сучасної методологічної бази інформаційного менеджменту та теорії організації. Залучення до цього процесу університетів області буде сприяти співпраці бізнесу та освіти, розвитку методологічної бази створення центрів, удосконаленню інформаційного забезпечення, пошуку ефективних технічних та програмних рішень.

Створення інформаційних центрів сприятиме спільній розбудові конкурентоспроможності та розвитку як регіону, так і країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Стратегія регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр. [Електронний ресурс] Хмельницька обласна державна адміністрація. — URL : http://adm.km.ua/doc/RD_Strategy_Khmelnyskyi_12052011_UA.pdf.
2. Сорока, П. М. Інформаційний менеджмент [Текст] : [навч. посіб. для дистанц. навч.] / П. М. Сорока, Б. П. Сорока ; за наук. ред. О. Д. Гудзинського. — К. : Університет "Україна", 2008. — 535 с.
3. Буряк, В. В. Ефективність інформаційних систем [Текст] : [навч. посіб.] / В. В. Буряк, О. Л. Ольховська. — Краматорськ : ДГМА, 2007. — 82 с.
4. Каталог туристично-інформаційних центрів України [Електронний ресурс] Закарпатський Туристичний Інформаційний Портал. — URL : <http://zakarpattyatourism.info/catalogs/Main.php?MagID=1&MagNo=17>.
5. Про створення Комунального підприємства "Регіональний інформаційний центр" Харківської обласної ради: рішення Харківської обласної ради від 17.02.2011 р. № 85-VI [Електронний ресурс] Регіональний Інформаційний Центр Харківської обласної ради. — URL : http://inforegion.kh.ua/ru/o_риц/решение_о_создании.
6. Угода про співробітництво держав — учасниць СНД у створенні, використанні та розвитку міждержавної мережі інформаційно-маркетингових центрів для просування товарів і послуг на національні ринки від 21.05.2010 р. [Електронний ресурс] Верховна Рада України. Законодавство України. — URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997_m68.
7. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2010 рік [Текст] / за ред. В. В. Скальського. — Хмельницький : [Б. в.], 2011. — 432 с.
8. Лазарева, С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу [Текст] : [навч. посіб.] / С. Ф. Лазарева. — К. : КНЕУ, 2002. — 667 с.
9. Про Національну програму інформатизації : Закон України від 04.02.1998 р. № 74/98 [Електронний ресурс] Верховна Рада України. Законодавство України. — URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр>.
10. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : Закон України від 05.07.1994 р. № 80/94-ВР [Текст] // ВВР. — 1994. — № 31. — Ст. 286.
11. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96 [Текст] // ВВР. — 1996. — № 36. — Ст. 164.



12. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ [Електронний ресурс] Верховна Рада України. Законодавство України. — URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/ed20110113>.
13. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 25.06.1993 р. № 3322-ХІІ [Текст] // ВВР. — 1993. — № 33. — Ст. 345.
14. Про інформаційні агентства : Закон України від 28.02.1995 р. № 74/95 [Текст] // ВВР. — 1995. — № 13. — Ст. 83.
15. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-ІІІ [Електронний ресурс] Верховна Рада України. Законодавство України. — URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
16. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-VI [Текст] // ВВР. — 2010. — № 34. — Ст. 481.
17. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI [Текст] // ВВР. — 2011. — № 32. — Ст. 314.
18. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 25.06.1993 р. № 3322-ХІІ [Текст] // ВВР. — 1993. — № 33. — Ст. 345.
19. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-VI [Текст] // ВВР. — 2010. — № 34. — Ст. 481.
20. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V [Текст] // ВВР. — 2007. — № 12. — Ст. 102.

*Рекомендовано до друку кафедрою менеджменту, економічної теорії та фінансів
Хмельницького університету управління та права
(протокол № 5 від 21 січня 2012 року)*

Надійшла до редакції 01.02.2013

Ковальчук В. В. Концепция создания информационных центров как составляющей реализации стратегии регионального развития Хмельницкой области

Исследованы основные факторы, которые обуславливают необходимость создания и развития информационных центров в Украине, определены перспективы их создания в Хмельницкой области.

Ключевые слова: *информационный центр, информация, информационный рынок, информационная услуга.*

Kovalchuk, V. V. The Concept of Information Centres Formation as a Part of the Strategy for Regional Development Khmelnytsky Region

The main factors that necessitated the creation and development of information centres in Ukraine are investigated, the prospects for their creation in Khmelnytsky region are described.

Keywords: *customer service, information, information market, information service.*

