

УДК 336.011

С. Г. Кузьмук

## ІНФОРМАЦІЯ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ РЕСУРС ТА ЇЇ ВПЛИВ НА УСПІШНІСТЬ БІЗНЕСУ В РАМКАХ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.

*У статті розглянуто основні теоретичні постулати сприйняття інформації як ресурсу, проаналізовано можливі напрямки використання інформаційних продуктів для розширення мережі збуту товарів, досліджено специфіку ведення реального бізнесу в Україні в контексті використання переваг інформаційних технологій.*

**Ключові слова:** інформаційний ресурс, корпоративна соціальна мережа, реальний сектор економіки.

**Постановка проблеми.** Характерними тенденціями сьогодення є перехід на перший ранг суспільства знань та інтелекту як визначника різної форми розвитку, що є безпосереднім наслідком бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та виходу на перший план сфери інформації. Такі процеси спровокували реорганізацію усіх інших сфер суспільства. Одним з найважливіших завдань науки визначено виховання компетентної особистості, яка здатна аналізувати та відфільтровувати інформацію та, спираючись на неї, приймати адекватні економічні рішення. Тому дослідження впливу інформації як економічного ресурсу на успішність бізнесу є актуальним в умовах сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми визначення сутності інформації як економічного ресурсу та процесу її поширення розглядали вітчизняні вчені – Н. Дурова, В. Шкарупа та інші. Специфіку економічної та інформаційної поведінки суб'єктів господарювання досліджували вітчизняні вчені – О. Розум, В. Свириденко – та зарубіжні – В. Вишневський, П. Коллок та інші, однак проблема дотичності інформації й економіки та впливу інформаційного ресурсу на фінансову успішність бізнесу досліджена недостатньо.

**Основний матеріал і результати.** Досліджуючи різні форми інформаційних продуктів та їх вплив на економічні відносини, неможливо абстрагуватися від теоретичних досліджень в сфері поширення інформації та методології її сприйняття. Тут вченими запропоновано достатньо велику кількість дефініцій, основні з яких нами розглянуті нижче.

Базовою категорією в даному дослідженні є інформація – це засіб зниження невизначеності та ризику, що сприяє реалізації визначених цілей суб'єкта. У даному випадку враховується можливість інформації приносити ті або інші вигоди шляхом зниження невизначеності щодо поточної ситуації та її зміни в майбутньому [1]. Інформація, як і знання, безсумнівно, являють собою різновид економічних благ, адже вони задовольняють потреби суб'єктів економіки, а також використовуються в якості економічних ресурсів, оскільки при всьому достатку інформації існують фактори, які обмежують як можливості її отримання і створення нових знань, так і можливості її використання. З економічної точки зору цікавою для дослідження є можливість комерціалізації інформації, економічно вигідного її використання. Крім того, інформація і знання, матеріалізовані в засобах праці, інших предметах, виступають в якості об'єкта власності і є запорукою подальшого науково-технічного розвитку.

Як економічний ресурс інформація має ряд особливостей, що відрізняють її від традиційних факторів виробництва – землі (природних ресурсів), праці, капіталу.

Найбільш важливими властивостями інформації є невичерпність її в процесі використання, самозростання в процесі споживання, особлива невизначеність її корисності, відсутність залежності між вхідними обсягами знань і об'ємом нового створеного знання, висока мобільність як у просторі, так і в плані перетікання з одних наук в інші без втрати актуальності.

Одним з основних завдань дослідження взаємодії економіки та інформаційного ресурсу є, у вузькому розумінні, вплив останнього на поведінку економічних суб'єктів (мотивація до сплати податків, стимулювання збуту, обмеження монополізації ринку, захист національного товаровиробника, несправедлива конкуренція), а у більш широкому розумінні – розвиток інформаційної культури економічних агентів в питаннях господарювання. Інформаційна культура включає володіння вміннями і навичками оцінювати якість інформації, її достовірність, можливість застосування, сучасність, актуальність, повноту, впливовість, що є надзвичайно важливими навичками для економічних агентів при прийнятті рішень.

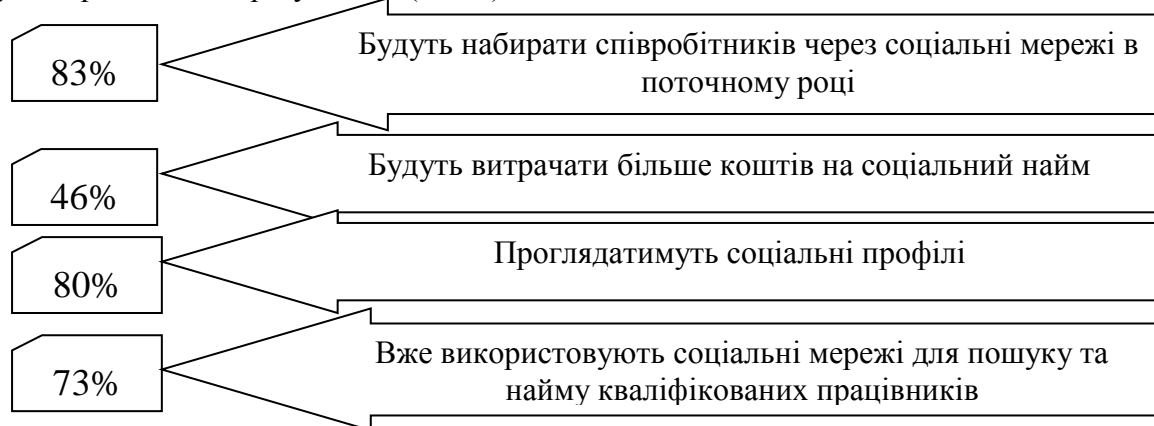
Сьогодні електронні засоби використовуються радше для комунікативної взаємодії, ніж для пасивного отримання інформації. Підґрунтям для комунікації у віртуальних спільнотах є поняття так званої «економіки дарування» (gift economy), де інформація розглядається як подарунок [2]. Суб'єкти такої комунікації надають інформацію для користування визначених реципієнтам або суспільству загалом, не розраховуючи на винагороду, але сподіваючись на дифузну взаємодію. Основним принципом «економіки дарування» є широкий інформаційний обмін, доступність якого забезпечується розвитком мережі Internet. Однак, в умовах використання інформації у віртуальних спільнотах без соціальних чи фінансових зобов'язань з'явився феномен «пасивного спостерігача» (lurker), який користується інформацією, але не робить власного внеску в комунікацію. Така комунікативно-пасивна поведінка називається фрілоудинг (від англ. freeloading – життя за чужий рахунок).

Інформаційні інструменти, що раніше планувалися як засоби комунікації, сьогодні використовуються в ролі повноцінних рекламних засобів. Ці зміни є логічними, адже користувачі Internet-ресурсів та учасники інших засобів комунікації є потенційними клієнтами для бізнесу. Однак, реклама є далеко не єдиним засобом для розвитку бізнесу для суб'єктів господарювання. Поширюючи інформацію про переваги вироблених товарів, суб'єкти реальної економіки забезпечують собі створення (підтримку) позитивного іміджу та налагоджують комунікацію з колегами, партнерами, а також можуть вирішувати кадрові питання. Однак, інформатизація суспільства, крім того, може негативно впливати на формування клієнтської бази у випадку витоку конфіденційної інформації до конкурентів або усвідомлення потенційними споживачами надмірного інформаційного тиску на них з боку конкретної фірми або сприйняття інформації рекламного характеру як спаму, що може викликати зворотну реакцію у споживачів та відмову від покупки товару.

Інноваційним інструментом розвитку бізнесу та підвищення його конкурентоспроможності може бути корпоративна соціальна мережа, створена на базі корпоративної інформаційної системи компанії. Особливо актуальним дане питання є для компаній, філії яких розміщені у різних містах чи країнах. Позитивним прикладом запровадження соціальних мереж у бізнесі є досвід американської компанії Cisco Systems, Inc (<http://www.cisco.com>) – лідера мережевих технологій для Internet, спеціалісти якої працюють у різних країнах світу. Саме внутрішня соціальна корпоративна мережа, що була створена у 2007 році, дозволила організувати взаємодію між працівниками компанії для обміну інформацією, досвідом та обговорення проблемних питань без організації спеціальних фінансово витратних міжнародних конференцій.

Незважаючи на очевидний успіх закордонних компаній, дослідження українських науковців констатують, що більшість компаній взагалі не вивчають накопичену інформацію, яка зберігається в різноманітних базах інформаційних систем, не намагаються шукати за їх допомогою нових джерел прибутку [3]. Однак, керувати інформацією як ресурсом – означає керувати бізнесом, оскільки інформаційні технології все тісніше переплітаються з бізнес-процесами, тому що перші ідентифікують усі виробничі збої, накладки та прогалини, що підривають ефективність компанії. З іншої сторони, завдяки новим ІТ-проектам і ІТ-пропозиціям маркетологів можна розширити сферу потенційних клієнтів, об'єднати базу потенційних клієнтів з CRM-системою і відслідковувати послідовність стосунків клієнта з компанією, що забезпечить підвищення якості контролю фірми за базою споживачів їх продукту.

Щодо можливості вирішення компанією кадрових питань через мережу Інтернет та соціальні мережі, то за результатами дослідження серед американських підприємств було отримано такі результати (Рис 1):



**Рис 1. Результати опитування американських роботодавців [4].**

В Україні практика використання соціальних мереж для пошуку працівників майже відсутня, і це є обмежуючим фактором для українських роботодавців, адже світовий досвід показав, що такий спосіб рекрутингу надає можливість не тільки істотної економії часу та зусиль менеджерів, але й значно заощаджує фінансові витрати підприємства на пошук і найм висококваліфікованих спеціалістів. Ще одним напрямком взаємопроникнення інформації та економіки є популяризація інтерактивного маркетингу, що здійснюється за допомогою інтерактивних комп'ютерних служб, які надають інформаційні послуги в режимі реального часу за допомогою інструментів електронної торгівлі. Іншою стороною безпосередньої дотичності інформаційного та економічного простору є стрімкий розвиток віртуальної економіки. Нова інфраструктура обслуговує різні бізнес-процеси в мережі Інтернет, наприклад інтернет-майданчики, дошки оголошень, платіжні системи, посередницькі та логістичні служби. Водночас все більш широке застосування знаходять різні електронні бізнес-помічники.

З вищенаведеного може скластися думка, що інформація може впливати на успішність компаній тільки в площині відносин бізнес-споживач, однак це не так, адже розвиток інформаційних технологій, крім того, забезпечує зручність та гнучкість взаємодії компаній та держави. Сприяє цьому державна політика інформатизації та впровадження інформаційних технологій у економічну діяльність, яка зафіксована у таких НПА, як Закон України від 9 січня 2007 року «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки», і Закон України від 4 лютого 1998 року «Про національну програму інформатизації», і Указ Президента України від

20 жовтня 2005 року «Про першочергові завдання щодо впровадження новітніх інформаційних технологій» та ін., а також у необхідність ведення публічної звітності для підприємств (наприклад, smida.gov.ua), що дозволяє достовірно оцінювати фінансові можливості потенційних партнерів та клієнтів.

Крім того, на електронній сторінці Державної фіскальної служби України [5] запропонована послуга «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера». Остання допоможе суб'єктові, що розпочинає господарські відносини з контрагентом, оцінити економічні ризики щодо таких відносин на основі наступної інформації: чи є такий партнер платником податку на додану вартість, чи є він банкрутом, чи наявний за визначеною в установчих документах адресою, чи є інструментом для мінімізації податків («податкова яма») та інше.

Для українських підприємств вже звичайною практикою стало подання податкових декларацій і звітності в електронній формі (у вигляді комп'ютерних файлів або по електронних каналах зв'язку), а також надання електронного підпису платникам податків за рахунок держави. Але в багатьох зарубіжних країнах у відкритому електронному доступі вже давно функціонують державні реєстри компаній, бази даних телефонних служб, інформаційні бази центральних банків, бюджетної системи, податкових та митних органів і т.д. Зокрема, в США і Японії існує можливість подання податкової звітності по мобільному телефону, а в Західній Європі функціонує система єдиного (міжнародного) номеру банківських рахунків [6]. Зарубіжні країни мають єдиний державний інформаційний ресурс стосовно даних про громадян, нерезидентів, платників податків, об'єкти оподаткування тощо, з доступом до нього в межах повноважень органів державної влади, прокуратури, місцевого самоврядування, правоохоронних органів, фізичних та юридичних осіб. В Україні ж сьогодні лише створюються аналогічні технічні можливості.

Сьогодні в Україні інформаційні технології використовуються в тому числі для моделювання бюджетних показників. Так, у 2010-2011 роках в Інституті кібернетики імені В. М. Глушкова НАН України було виконано науково-дослідні роботи, результатом яких стало формування моделей прогнозування бюджетних показників для чотирьох областей – Вінницької, Житомирської, Полтавської та Черкаської в рамках розробки інформаційно-аналітичної системи супроводження бюджетного процесу (ІАСБП) [7]. Незважаючи на це, вчені доводять, що об'єктивною необхідністю забезпечення сприятливого середовища для розвитку бізнесу є створення єдиного інформаційного простору, адже об'єктивні знання, що зберігаються в інформаційних банках даних, тільки в тому разі можуть стати чинником прогресивних соціально-економічних якісних змін, коли вони знайдуть зацікавленого в них споживача і будуть йому доступні [8]. Перешкоджає даному процесові інформаційний монополізм управлінських та комерційних структур.

**Висновки.** Інформаційна діяльність як сукупність інформаційних процесів у суспільстві визначає економічний потенціал бізнесу нарівні з матеріальним виробництвом. Однак, винятковим фактором впливу поширюваних в Інтернеті або інших каналах зв'язку даних на поведінку та успішність економічних суб'єктів є компетентність інформаційного донора, що впливає на рівень повноти задоволення інформаційних потреб суб'єктів при прийнятті економічних рішень, базованих на отриманих даних, а також мінімізує оперування провокативними повідомленнями, нав'язливою рекламою, дезінформацією тощо.

#### Список використаної літератури

1. Дурова Н. А. Інформація як економічний ресурс [Електронний ресурс] / Н. А. Дурова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://resursy.com/informatsiya-yak->

ekonomichnij-resurs/.; Durova N. A. Informatsiia yak ekonomichniy resurs [Elektronnyi resurs] / N. A. Durova. – 2015. – Rezhym dostupu do resursu: [http://resursy.com/informatsiya-yak-ekonomichnij-resurs/;](http://resursy.com/informatsiya-yak-ekonomichnij-resurs/)

2. Kollock P. The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace [Electronic resource] / Peter Kollock // Routledge. – 1999. – Mode of access: [https://wiki.cc.gatech.edu/scqualifier/images/b/b0/Kollock-Economies\\_of\\_online\\_cooperation.pdf;](https://wiki.cc.gatech.edu/scqualifier/images/b/b0/Kollock-Economies_of_online_cooperation.pdf;)

3. Свириденко В. Ю. Вплив інформаційних технологій на діяльність компаній в умовах економічної кризи [Електронний ресурс] / В. Ю. Свириденко // Національний університет ДПС України. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://nc.nusta.com.ua/Kyrsi%202012/KONFERENCIA.pdf>; Svyrydenko V. Yu. Vplyv informatsiinykh tekhnolohii na diialnist kompanii v umovakh ekonomichnoi kryzy [Elektronnyi resurs] / V. Yu. Svyrydenko // Natsionalnyi universytet DPS Ukrainy. – 2012. – Rezhym dostupu do resursu: <http://nc.nusta.com.ua/Kyrsi%202012/KONFERENCIA.pdf>;

4. Kasper K. Social Job Seekers Getting Ahead: Jobvite Survey Reveals One in Six Workers Successfully Used Social Networks to Get Hired [Electronic resource] / Kimberley Kasper. – 2011. – Mode of access: <http://www.jobvite.com/press-releases/2011/social-job-seekers-getting-ahead-jobvite-survey-reveals-one-six-workers-successfully-used-social-networks-get-hired/>;

5. Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України: [Електронний ресурс]. – <http://www.sfs.gov.ua>; Ofitsiyniy veb-sait Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy: [Elektronnyi resurs]. – <http://www.sfs.gov.ua>;

6. Розум О. М. Інформаційне забезпечення органів ДПС України в умовах впровадження інформаційних технологій / О. М. Розум, О. О. Косиця // Проблеми впровадження інформаційних технологій в економіці. – Ірпінь: Вид-во Національного університету ДПС України, 2012. – С. 140-146; Rozum O. M. Informatsiine zabezpechennia orhaniv DPS Ukrainy v umovakh vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii / O. M. Rozum, O. O. Kosytsia // Problemy vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii v ekonomitsi. – Irpin: Vyd-vo Natsionalnoho universytetu DPS Ukrainy, 2012. – С. 140-146;

7. Вишне夫斯基 В. П. Как обосновать бюджетно-налоговую политику государства? Опыт научного проектирования и реализации автоматизированной системы сопровождения бюджетного процесса на региональном уровне [Электронный ресурс] / В. П. Вишне夫斯基, Р. Н. Лепа, А. В. Половян // НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – 2016. – Режим доступа к ресурсу: [http://iep.donetsk.ua/publish/mono/Vishnevsky\\_Lepa\\_Polovyan.pdf](http://iep.donetsk.ua/publish/mono/Vishnevsky_Lepa_Polovyan.pdf); Vyshnevskiy V. P. Kak obosnovat biudzhethno-nalohovuiu polityku hosudarstva? Opyt nauchnoho proektyrovaniya y realizatsyy avtomatyzirovannoi systemy soprovozhdeniya biudzhethnoho protsessa na rehyonalnom urovne [Elektronnyi resurs] / V. P. Vyshnevskiy, R. N. Lepa, A. V. Polovian // NAN Ukrainy, Yn-t ekonomyky prom-sty. – 2016. – Rezhym dostupa k resursu: [http://iep.donetsk.ua/publish/mono/Vishnevsky\\_Lepa\\_Polovyan.pdf](http://iep.donetsk.ua/publish/mono/Vishnevsky_Lepa_Polovyan.pdf);

8. Шкарупа В. Питання щодо проблеми з'ясування сутності інформації та інформаційного простору як нових чинників суспільних правовідносин [Електронний ресурс] / В. Шкарупа, Т. Субіна // Правова інформатика. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: [http://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/Zurnal/Zurnal-6.pdf](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/Zurnal/Zurnal-6.pdf); Shkarupa V. Pytannia shchodo problemy ziasuvannia sutnosti informatsii ta informatsiinoho prostoru yak novykh chynnykiv suspilnykh pravovidnosyn [Elektronnyi resurs] / V. Shkarupa, T. Subina // Pravova informatyka. – 2005. – Rezhym dostupu do resursu: [http://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/Zurnal/Zurnal-6.pdf](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/Zurnal/Zurnal-6.pdf).

Стаття надійшла до редакції 30.05.2017.

**S. Kuzmuk**

### **INFORMATION AS AN ECONOMIC RESOURCE AND ITS IMPACT ON BUSINESS SUCCESS WITHIN THE REAL ECONOMY OF UKRAINE**

*The article highlights information resource as one of the main factor that determines the success of economic subjects in conditions of instability. This study is important in terms of the transformation of the knowledge economy to be the basic element that affects the competitiveness of firms. The basic theoretical postulates of information dissemination and acceptance and basic definitions relating to information circulation are reviewed in the article. Information is considered as a means of reducing uncertainty and risk, which facilitates implementation of objectives defined by subjects. Information culture of economic agents is identified as one of the main objectives of the study of economics and information resources' interaction. It includes ownership and skills to assess the quality of information, its accuracy, applicability, modernity, relevance, completeness, influence, and those skills are extremely important when making decisions.*

*The possible uses of information flows for expanding of sales are analyzed in the article, because information tools which previously were used as a means of communication, are currently used as a full-fledged advertising materials. However advertising is not the only way to develop business for enterprises. Corporate social network created on the basis of a corporate information system is an innovative tool for business development and competitiveness increase. This issue is especially important for companies whose branches are located in different cities or countries. The article argues that the creation of a common information space is an objective necessity to ensure a favorable environment for business, because the objective knowledge, which is stored in information data banks, can be a factor of the progressive social and economic quality changes only when they find the interested consumer. The disadvantages of rapid informatization for business are shown in the article, the specifics of the real business in Ukraine in the context of taking advantage of information technology are studied, and the results are compared with other countries. A result of research found that information culture education and the ability to filter out the valuable information and distinguish between competent donors of information are prerequisites for the correct perception of information and its positive impact on economic decisions. In addition, the practice of foreign countries shows that intensive introduction of information technology helps to solve marketing problems and HR problems for business and facilitates the relationship with government.*

**Key words:** information resource, corporate social network, real economy.

УДК 658.1:336:631.162

**О. В. Черниш**

### **СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТУВАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ**

*В статті розглянуто рівні та складові механізму управління кредитуванням виробничих підприємств. Висвітлено процес управління кредитним ризиком, який включає комплекс заходів, спрямованих на мінімізацію ризиків. Намічені основні шляхи зниження ризиків комерційних банків при кредитуванні є впровадження страхування кредитних ризиків.*

**Ключові слова:** кредитний механізм, кредитування, страхування, ризики,