

ною маркетинговою інформацією, менеджери підприємства мають змогу ухвалювати правильні управлінські рішення, які допоможуть досягти поставлених цілей.

Література

1. Геселева Н.В. Формування маркетингової системи інформаційного забезпечення на промислових підприємствах / Н.В. Геселева, О.С. Євсейцева, М.І. Ларькіна // Вісник КНУТД. – 2015. – № 5 (91). – С. 94-100.
2. Гончаренко М.В. Визначення основних підходів щодо формування маркетингової інформаційної системи як передумова конкурентоспроможного розвитку регіону / М.В. Гончаренко // Державне будівництво. – 2014. – № 1. – С. 1-10.
3. Дашевська Н.С. Формування масиву маркетингової інформації підприємств галузі тваринництва / Н.С. Дашевська // Агросвіт. – 2015. – № 18. – С. 60-63.
4. Дейнега І.О. Формування інформаційного потенціалу маркетингової діяльності підприємства / І.О. Дейнега, О.В. Дейнега // Журнал науковий огляд. – 2015. – № 2 (23). – С. 1-14.
5. Оксентюк Б. Інформація в системі маркетингового управління підприємством / Б. Оксентюк, О. Фроленко // Галицький економічний вісник. – 2015. – № 2 (49). – С. 198-204.
6. Панухник Я.Г. Концептуальні підходи до побудови маркетингових інформаційних систем промислового підприємства / Я.Г. Панухник // Інноваційна економіка. – 2014. – № 2 (51). – С. 113-120.
7. Педько І.А. Концептуальні засади формування маркетингових інформаційних систем підприємства / І.А. Педько // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 3. – С. 110-117.
8. Пудовкина О.Е. Уточнение понятия маркетинговая информация как основного элемента маркетинговой информационной системы предприятия / О.Е. Пудовкина // Вестник СГТУ. – 2013. – № 1 (69). – С. 310-318.
9. Рябова З.В. Теоретична сутність маркетингової інформації / З.В. Рябова // Наукові записки [Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова]. Сер. : Педагогічні та історичні науки. – 2013. – Вип. 111. – С. 140-148.
10. Шамян Л.С. Побудова ефективної маркетингової інформаційної системи туристичного підприємства / Л.С. Шамян // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 4. – С. 79-82.
11. Яценко О.В. Інформаційні системи як забезпечення системи управління взаємодіями банку з клієнтами / О.В. Яценко // Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2015. – Випуск 7. – С. 776-779.
12. Alla Starostina and Valdas Samonis. Modes of Entering Markets in Post-Communist Countries: The Case of Ukraine // Ukrainian economic review. Philadelphia., 1995 – Vol.1. – № 1–2, P. 131–140.
13. Posavac S. Profits and halos: The role of firm profitability information in consumer inference / S. Posavac, M. Herzenstein, F. Karde, S. Sundaram // Journal of Consumer Psychology, 2010. – 20(3). – P. 327-337.

УДК 331.5.02.5

Сулейман Валид Миляд

аспірант,

*Університет економіки і права «КРОК»
Научный руководитель: проф. Одягайло Б.М.*

Факторы, оказывающие влияние на формирование информационно- конкурентной политики

В статье рассмотрено значение информации в конкурентной борьбе в условиях глобализации. Представлена классификация факторов, оказывающих позитивное и

негативное влияние на информационно-конкурентную политику на международных рынках.

Ключевые слова: информация, информационные технологии, информационная глобализация, глобальная информатизация, информационно-конкурентное давление, факторы информационно-конкурентного давления.

Сулейман Валід Міляд

аспірант,

Університет економіки та права «КРОК»

Науковий керівник: проф. Одягайло Б.М.

Факторы влияния на формирование информационно-конкурентной политики

У статті розглянуто значення інформації в конкурентній боротьбі в умовах глобалізації. Представлена класифікація факторів, що здійснюють позитивний і негативний вплив на інформаційно-конкурентну політику на міжнародних ринках.

Ключові слова: інформація, інформаційні технології, інформаційна глобалізація, глобальна інформатизація, інформаційно-конкурентний тиск, фактори інформаційно-конкурентного тиску.

Walid Soliman Milyad

Postgraduate Student

«KROK» University

Scientific Supervisor: Prof. B.M. Odiahailo

Factors of influence on the formation of information competitive policy

The article deals with the importance of information in the competition under globalization. The classification of the factors that have a positive and negative impact on information and competitive policy in international markets was presented.

Keywords: information, information technologies, information globalization, global informatization, information and competitive pressure, factors of information and competitive pressure.

Постановка проблемы

Как известно, с началом научно-технического прогресса, а в последующем и с набравшей темпы развития глобализацией к основному фактору, способствующему повышению уровня конкурентоспособности на всех уровнях экономики в наиболее общей форме стали относить информацию. Сегодня уже достаточно распространенной является точка зрения о том, что в современном «постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы суть его основная экономическая ценность, его самый большой потенциальный источник богатства».

Стратегически важная роль информации и самое главное – грамотного и оперативного ее использования в современном мире, связана с изменением основ конкурентной борьбы абсолютно на всех уровнях экономического анализа.

По сути, современное соперничество различных субъектов экономики основывается уже не столько на использовании традиционных факторов производ-

ства, сколько эффективным использовании информации. Прошло то время, когда победителем в конкуренции оказывался тот, кто обладал большими объемами природных ресурсов или мог на основе более высокой производительности труда или низких издержек производства выпускать традиционные товары.

Сегодня на вершине оказывается тот (не важно, речь идет о микро- или макроуровне экономики), кто может либо самостоятельно генерировать информацию и эффективно использовать ее в своих целях, либо обладает инструментами, позволяющими оперативно собирать свежую и актуальную информацию для других производителей, которые не в состоянии использовать этот ресурс самостоятельно. Очень важно в условиях современной конкурентной борьбы уметь грамотно и эффективно использовать данный ресурс в развитии экономики и общества. А это, в свою очередь, требует знания основ: сущности, ведущих характеристик информации и природы информационного взаимодействия.

Анализ последних исследований и публикаций

На формирование информационно-конкурентной политики предприятия при выходе на внешние рынки влияют факторы как внутреннего, так и внешнего характера. Ученые в основном выполняют детализированные конкретные исследование факторов влияния. Например, Кастельс М. [6] рассматривает развитие информационных технологий через связь и взаимозависимость международных деловых и культурных сетей государства, предприятия, личности. Балашова М.А. [1] классифицирует факторы позитивного и негативного влияния на конкурентно-информационную политику. Рудяков В.А. [9] рассматривает информацию с точки зрения управления межфирменной конкуренцией.

Не решенные ранее части общей проблемы

Стоит развивать исследования в сфере разработки информации как специфического блага и как важнейшего фактора современного производства, поскольку информация, активизируясь, влияет на социально-экономические системы радикально и способна демонстрировать принципиально новые, пока неизвестные и непрогнозируемые результаты.

Основной материал исследования

Процесс глобализации является главным направлением дальнейшего развития и трансформации мирового информационного пространства. В результате в научной сфере появилось понятие «информационная глобализация». В широком смысле слова информационная глобализация – это постоянно усиливающаяся всесторонняя информационная взаимосвязь всех объектов и субъектов информационного пространства в результате существенного роста объемов информационных потоков и числа информационных источников и каналов под воздействием интенсивного развития информационных технологий. Цель информационной геополитики достигается преимущественно путем решения задач ослабления («устранения» из пространства конкурентной борьбы) конкурирующих сообществ и завоевания, удержания и расширения контроля над жизненно важными ресурсами, интегрированными или целиком находящимися в информационном пространстве.

Для этого может использоваться комплексный арсенал сил и средств, основу которого составляют в основном «информационные» средства и формы воздействия на конкурирующие сообщества, такие, как информационные технологии, информационное оружие, различные приемы и способы информационно-психологического воздействия, информационная (информационно-психологическая) экспансия, информационное противоборство (информационная война).

Под глобальной информатизацией общества понимают объективный процесс, который во все возрастающей степени становится основой и главным стержнем развития как научно-технического, так и экономического и социального. Информатизация в данном аспекте сама по себе выступает и как научно-технический процесс, и как процесс исторический и социальный. В процессе глобальной информатизации общество качественно меняется не только в техническом отношении, но и в социальном и духовном. Результатом этих изменений является формирование глобального информационного пространства и переход человечества (пока – наиболее развитых стран) к построению информационного общества.

Основными последствиями развития и распространения информационных технологий являются углубление сложившегося разрыва между развитыми и развивающимися странами, а также появление нового разрыва между постиндустриальными странами и странами с традиционными индустриальными экономиками.

О невыгодном для экономически неразвитых стран использовании факторов производства свидетельствуют данные о распределении мирового продукта. На 4/5 населения Земли приходится лишь 1/7–1/8 его часть. Важным объяснением этого является то, что ведущие страны контролируют большую часть информационной техники, информационных ценностей и информационных потоков. Только семерка лидеров капиталистического мира обладает 4/5 компьютерной техники, причем на остальной мир остается менее 1/10 высокотехнологичного производства и менее 1/30 зарегистрированных патентов.

Мы полагаем, что прерогатива социально-экономического влияния информационных технологий (ИТ) над техническим наиболее наглядно прослеживается на основе изучения позитивных и негативных последствий, возникающих в результате их использования. Под позитивными последствиями мы будем понимать преимущества, появляющиеся у субъектов экономики и членов общества в результате использования ИТ, а под негативными последствиями – возникающие угрозы.

К преимуществам использования информационных технологий в конкурентной борьбе на международных рынках относятся [2]:

1) преимущества производственного и управленческого характера: преимущества, основанные на получении возможности самоорганизации систем; преимущества вхождения во всеохватывающую «глобальную сетевую экономику», опираясь на глобальные информационные системы, минимизирующие традиционные производственные и транзакционные издержки; 2) возможности использования такого важного для постиндустриальной экономики ресурса, как знания; 3) преимущества приращения прибыли в виде снижения затрат в масштабе всей национальной экономической системы, если она имеет возможности опираться на глобальные информационные системы, минимизирующие традиционные производственные и транзакционные издержки; 4) преимущества, выражающиеся в использовании дистанционных трудовых отношений; 5) преимущества политического характера – расширение возможностей оперативного доступа максимального числа людей к текстам законопроектов, а также к большему объему аналитической информации; 6) преимущества расширения доступа к информационной базе означают возможность использования огромных массивов данных в режиме реального времени; 7) преимущества оказания влияния разработчиками ИТ на потребителей соответствующей продукции и т.п.

К факторам, которые оказывают давление на информационно-конкурентную политику, относятся [2]:

1) угрозы, исходящие из стран, в наиболее значительной степени владеющих данными технологиями, и направленные на национальные экономики стран, которые по уровню разработанности данных технологий значительно отстают от «информационных» лидеров, и в тоже время обладают какими-либо ресурсами, которые представляют интерес для этих лидеров;

2) угрозы технико-производственного характера: угрозы возникновения «цифрового неравенства»; появления и распространения компьютерной преступности; появления технических сбоев в действующих информационных системах общества;

3) угрозы, потери национальной экономической безопасности и культурной независимости – угроза потери контроля государства над сознанием всего общества в целом, управление нацией «со стороны» представляют на сегодня главный уровень стратегической опасности для любой национальной экономики, поскольку в данном случае становится возможным полное уничтожение любого национального хозяйства.

Именно несовпадение уровней концентрации преимуществ и угроз от использования ИТ в различных странах в значительной степени определяет уровень их национальной конкурентоспособности, который, в свою очередь, напрямую влияет на исход современной конкурентной борьбы, ставшей небывало напряженной и острой.

Современное информационное общество устанавливает новые геополитические приоритеты, определяющие направления деятельности государственных структур власти в информационном (информационно-психологическом) пространстве.

1. Освоение нового геополитического пространства:

- создание национальной инфраструктуры, обеспечивающей деятельность субъекта геополитических отношений в новом пространстве;
- формирование национального сегмента в новом геополитическом пространстве;
- установление контроля и освоение стратегически значимых ресурсов;
- расширение влияния в новом геополитическом пространстве – информационное доминирование и информационная (информационно-психологическая) экспансия.

2. Защита национальных интересов в новом геополитическом пространстве:

- создание системы обеспечения безопасности национального сегмента информационного пространства, включающей в себя в том числе государственную систему противодействия акциям и операциям информационно-психологической войны;
- формирование системы сил и средств ведения информационного противоборства;
- приобретение геополитических союзников в информационно-психологическом пространстве.

3. Интеграция контролируемого данным субъектом геополитических отношений сегмента его информационного пространства в совокупное геополитическое пространство этого субъекта:

- установление связей, обеспечивающих эффективное взаимодействие социальных систем и обмен ресурсами, распределенными в различных компонентах совокупного геополитического пространства, через информационное пространство;
- перенос части деятельности и процессов из различных компонентов совокупного геополитического пространства в информационное пространство;

- усиление потенциала и возможностей геополитической конкуренции в отдельных компонентах совокупного геополитического пространства за счет использования потенциала (ресурсов и возможностей) национального сегмента информационного пространства;

- усиление потенциала и возможностей геополитической конкуренции в информационном пространстве за счет использования потенциала (ресурсов и возможностей) отдельных компонентов совокупного геополитического пространства.

4. Поддержание общего геополитического баланса с учетом нового пространства геополитических отношений:

- инициализация выработки признанных в странах мира правил и норм деятельности субъектов геополитических отношений в информационном пространстве;

- участие в создании международных систем обеспечения безопасности в информационном пространстве;

- использование потенциала и возможностей осуществления скрытого информационного (информационно-психологического) воздействия на субъектов геополитических отношений, чья деятельность угрожает сохранению геополитического баланса.

Информационное противоборство и его наиболее острая форма – информационно-психологическая война – в силу своей высокой социальной опасности являются важнейшими факторами, определяющими цели, задачи и основные направления государственной информационной политики.

Выводы

Основными последствиями развития и распространения информационных технологий являются углубление сложившегося разрыва между развитыми и развивающимися странами, а также появление нового разрыва между постиндустриальными странами и странами с традиционными индустриальными экономиками.

Развитие процессов глобализации в мире создает предпосылки для ускоренного развития информационной экономики. В первую очередь это связано с информационным и социально-экономическим неравенством, которое возникает между развитыми странами и развивающимися странами в результате существенной разницы в темпах роста объемов и номенклатуры товаров и услуг, производимых и предоставляемых с помощью ИТ. Такое неравенство негативно влияет на конкурентоспособность Украины и жизненный уровень ее граждан.

Одной из важнейших задач государственной информационной политики является противодействие акциям информационно-психологической агрессии и операциям информационно-психологической войны, предусматривающее создание эффективной государственной системы обеспечения безопасности в информационно-психологическом пространстве, способной противостоять таким акциям.

Литература

1. Балашова М.А. Информационная составляющая национальной конкурентоспособности / М.А. Балашова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014. – 244 с.

2. Глобальный рейтинг интегральной мощи 100 стран. Доклад-2012 к обсуждению. 3-е издание, переработ. и дополн. – М.: Международная Академия исследований будущего, Институт экономических стратегий, 2012. – 108 с.

3. Жаліло Я.А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави: Монографія / Я.А. Жаліло. – К: НІСД, 2009. – 336 с.

4. Згуровский М.З. Геоэкономические сценарии развития и Украина. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebnikonline.com/ekonomika/geoekonomichni_stsenariyi_rozvitku_i_ukrayina_yach_zgurovskiy_m3/informatsiyiny_tisk_noviy_svitoviy_poryadok_imperativi_globalnogo_informatsynogo_suspilstva.htm

5. Інформаційне Суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. – К. : Фонд «Інформаційне Суспільство України». – 2004. – 309 с.
6. *Кастельс М.* Інформаційна епоха: економіка, общество и культура : пер. с англ. / под ред. О.И. Шкаратана. – М. : ГУ ВША, 2000. – 608 с.
7. *Костина А.В.* Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Электронный ресурс] / А.В. Костина // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – №4. – Режим доступа: http://www.znu-journal.ru/e-znu/2009/4/Kostina_Information_Society.
8. *Макарова Г.Н., Балашова М.А.* Национальный информационный капитал в условиях глобализации. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2006. – С. 72.
9. *Рудяков В.А.* Информационная война как метод межфирменной конкуренции // Проблемы экономического роста и реструктуризации российской экономики: материалы межрегион. науч.-практ. конф., г. Иркутск, 28 марта 2008 г. / под общ. ред. В.П. Горева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008. – С.195-201.
10. *Ходжсон Дж.* Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастающая сложность // Вопросы экономики. – 2001. – № 8. – С. 34.

УДК 659.4

І.О. Штундер
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки,
Університет економіки та права «КРОК»*

Д.І. Майсюра
*студент магістратури
факультету економіки та підприємництва,
Університет економіки та права «КРОК»*

Стимулювання продажів нової продукції

У статті досліджено сутність продажів нової продукції від планування структури збуту до вибору каналів збуту. Також проаналізовані напрями та проведена порівняльна характеристика прямого і непрямого збуту. Представлено методи стимулювання продажів нової продукції з огляду на сучасні економічні реалії.

Ключові слова: продажі, нова продукція, прямий збут, непрямий збут, методи стимулювання, стимулювання продажів.

И.А. Штундер
*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга и поведенческой экономики
Университет экономики и права «КРОК»*

Д.И. Майсюра
*студент магистратуры
факультета экономики и предпринимательства,
Университет экономики и права «КРОК»*

Стимулирование продаж новой продукции

В статье исследована сущность продаж новой продукции от планирования структуры сбыта до выбора каналов сбыта. Также проанализированы направления и про-