

Макаренко Є.*

МІЖНАРОДНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС: СТРУКТУРА, ІЄРАРХІЯ РИНКІВ, КЛАСИФІКАЦІЯ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ

У статті розглядаються проблеми мінародного інформаційного бізнесу, функціонування світового та регіональних інформаційних ринків, визначається типологія інформаційних продуктів та послуг, аналізується стан ринків у кризовий час.

Ключові слова: міжнародний інформаційний бізнес, інформаційні ринки, інформаційні продукти і послуги, криза, ТНК, міжнародна конкуренція.

В статье рассматриваются проблемы международного информационного бизнеса, функционирование мирового и региональных информационных рынков, определяется типология информационных продуктов и услуг, анализируется состояние рынков во время кризиса.

Ключевые слова: международный информационный бизнес, информационные продукты и услуги, кризис, ТНК, международная конкуренция.

The article highlights problems of international information business, the operation of global and regional information markets, defines typology of international products and services, analyzes the state of the markets during the crisis.

Key words: international informational business, information market, information products and service, TNC, international competition.

Глобалізація світової економіки, зумовлена швидкоплинними змінами у сфері високіх технологій, посилила нерівність економічного розвитку, загострила міжнародну конкуренцію та перерозподіл сфер політичного і економічного впливу на світових ринках. На глобальному рівні стикаються численні національні інтереси і пріоритети потужних транснаціональних корпорацій, представників провідних виробничих галузей світового господарства. Проявами процесів економічної глобалізації є зростання ролі інтелектуальних ресурсів, диверсифікація світових ринків, формування світового ринку інформаційних технологій. Глобальні можливості обміну інформаційними продуктами і послугами впливають на світовий і регіональний попит, координують їх виробництво, стимулюють інвестиції в інформаційно-комунікаційну індустрію, створюють нові потужності для співробітництва в різних сферах - від традиційних, де запроваджуються нові технології, до інтелектуальних, високотехнологічних, які визначають потенціал економіки майбутнього.

Міжнародна конкуренція, за експертними прогнозами, буде змінюватися з огляду на асиметрію зростання прибутків в різних секторах світового господарства, в різних регіонах і країнах, особливо в секторі високих технологій-інформаційно-комунікаційних, енер-

* доктор політичних наук, професор, провідний науковий співробітник відділу трансатлантичних досліджень Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України

гогенеруючих, інтегрованих, грейд-, нано-та біотехнологій. Більшість економічно та технологічно розвинутих країн і провідних корпорацій на світовому ринку прагнуть до захисту власних комерційних інтересів, до збільшення впливу на світову економічну кон'юнктуру, що, одного боку, передбачає необхідність кооперації у сфері політики, економіки з та бізнесу, а, з другого – врахування інтересів менш економічно розвинутих країн для подолання асиметрії розвитку регіональних ринків та розвитку окремих країн, оскільки така асиметрія взаємно впливає і на економічні можливості провідних економік світу[1-5].

Міжнародний інформаційний бізнес охоплює виробництво та торгівлю продуктами та послугами у галузях промислової індустрії, приладобудування, телекомунікацій, електронної комерції та Інтернет, інтелектуальної власності, інформаційної безпеки, мас-медіа, реклами та рекламного сервісу, гуманітарної сфери, державного та корпоративного управління, банківської та фінансової сфери, страхування тощо, що дає підстави розглядати міжнародний інформаційний бізнес як принципово нову глобальну економічну систему, в основі якої інтелектуальні ресурси, високотехнологічні виробництва продуктів і послуг, специфіка їх поширення на глобальних ринках.

Розвиток міжнародного інформаційного бізнесу, динаміка розширення і різноманітність послуг(послуги е-мобільної комерції та Internet, прикладного програмного забезпечення, інформаційного менеджменту, е-охорони здоров'я, е-соціального забезпечення, розважальні, медійні, е-освітні, е-безпеки, е-комунікативні, е-управління тощо) зумовлюють стимулювання міжнародної конкуренції. Тенденції міжнародного інформаційного бізнесу знаходять реалізацію на регіональному і національному рівні, виявляють особливості економічного розвитку та проблеми включення окремих регіонів і країн в процесі міжнародної інтеграції

Ієрархію ринків інформаційного бізнесу становлять: світовий ринок інформаційних продуктів і послуг, регіональні ринки (європейський, північноамериканський, ринок країн Центральної і Латинської Америки, азійсько-тихоокеанський, панафриканський, близькосхідний, західноазійський, ринок СНД), національні інформаційні ринки. Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг характеризується значною асиметричністю щодо представлення регіонів і країн: за останніми даними ЕІТО (Європейської обсерваторії інформаційних технологій), США займають 36% світового інформаційного ринку, Європа – 30% (на Східну Європу припадає менше 1%), Японія -11%, решта країн – 23%.[6-9]

Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг складають сектори: медіа(TV та радіо, аудіовізуальні продукти, реклама, рекламний сервіс, е-видавництво, друкована та е-преса, розважальні продукти і послуги, мультимедійні продукти); телекомунікацій (супутниковий, космічний, метеорологічний, бездротовий, лоцманський, мобільний, оптично-волоконний, кабельний, електронний, sos-зв'язок, Інтернет-телефонія, навігація (GPS), супутникова фотозйомка); ІТ (швидкісний доступ, е-комерція, е-мобільна комерція, е-банкінг, е-урядування, е-корпоративне управління, е-офіс е-освіта,, е-телеконференція, е-медицина, е-зайнятність, е-бібліотеки, е-переклад, «хмарні» технології); інтелектуальна власність(програмне забезпечення, чіпінг-технології, смарт-картки, криптографічні засоби безпеки, патентування, ліцензування, авторське право і суміжні права, ноу-хау, кінопродукти, доменні імена, бренди, торгівельні марки); приладобудування (виробництво технологічних пристроїв, цифрових модулів, систем штучного інтелекту, мікросхем, побутових приладів, систем автоматизованого управління для промислової індустрії, комп'ютерної техніки, телекомунікаційного устаткування); комунікативні технології (іміджевий, державний, корпоративний, індивідуальний, політичний, бізнесовий,

кризовий, Internet-PR, брендинг, лобіювання, е-консалтинг, GR, IR, PA, політична, ділова, фінансова аналітика, прогностична інформація, стратегічні рішення, е-туристичний, е-брокерський, е-кредитно-довідковий бізнес, автодовідники, тематичні довідники, жовті сторінки, тощо).

Загальний оборот світового ринку власне медіа у 2011 році, за дослідженнями Gartner, складає 465.724 млрд.доларів, реклами -471 млрд.доларів, соціальних медіа- 10.3 млрд.доларів і має тенденцію не тільки повернення до передкризового стану, а й до подальшого зростання, зокрема в сегменті соціальних медіа прогнозується зростання ринку у 2012 році до 14.9 млрд., а у 2015 році - до 29.1 млрд.; у сегменті реклами прогнозується зростання у 2012 році до 499.177 млрд., а у 2013 році – до 526.977 млрд. доларів.

Світовий ринок медіа, вважають експерти, відновлюється після рецесії, хоча інтенсивність зростання уповільнюється через економічні коливання, природні катаклізми і політичні кризи. Серед мегакорпорацій світового медіаринку виділяються AOL Time Warner, Walt Disney, Viacom, News Corporation, Bertelsmann тощо, транснаціональні медіахолдинги, чия діяльність охоплює весь спектр засобів масової інформації. Холдинги займають провідні позиції в світі усфері медіа та розважальній індустрії, до їх складу входять видавничі фірми, музичні компанії, компанії з поширення книг та аудіовізуальної і музичної продукції, періодична преса, теле- і радіостанції та виробництво телевізійних програм, сервісні медіакомпанії, а також компанії з виробництва мультимедійних продуктів і ділової інформації. Так, основними компаніями Bertelsmann є книжкове видавництво Random House; музична компанія BMG, одна з найбільших у світі сервісних медіакомпаній Arvato; видавець газет і журналів компанія Gruner und Jahr, що займає провідні позиції в журнальному бізнесі; компанія з теле- і радіомовлення RTL Group, компанія з виробництва і поширення ділової інформації Bertelsmann Springer. Клієнтами книжкового й музичного клубу Bertelsmann є сорок один мільйон користувачів, що забезпечує холдингу провідні позиції як на світовому, так і на регіональних ринках. Bertelsmann також займає провідні позиції в Інтернет-бізнесі та є другою у світі компанією у секторі електронної комерції. Bertelsmann AG має свої підрозділи в 63 країнах світу. Слід зауважити, що Bertelsmann AG залишається єдиною із шести провідних медіакомпаній світу, що перебуває у приватних руках й організована як закрите акціонерне товариство. 71 % її акцій перебуває у власності фонду Bertelsmann, 21 % – належить сім'ї Мон, спадкоємців засновника корпорації – Карла Бертельсмана, 7 % – належить фонду Zeit.

Потужною на медіаринку є також News Corporation, яка вважається однією з трьох мультимедіа-імперій світу: до корпорації входять американська телевізійна мережа Tht U.S. Fox broadcasting network, 22 телевізійні станції, які покривають понад 40% користувачів телевізійних послуг США, канал новин Fox News Chanel, супутникова система British Sky Broadcasting, кіностудія Twentim Centuri Fox, близько 132 газет, включаючи New York Post, The Times, The Sunday Times, The News of the World, News Limited Newspapers, The San, електронна версія газети «Жемінь Жибао», газета «Остреліан», 25 журналів, медіакомпанія «Асахі медіабродкастинг», книжкове видавництво «HarperCollins Publishers», телекомпанії у США, Південній Америці, Азії, Європі, АТР тощо. Інформаційні продукти і послуги корпорації згруповані за такими сегментами ринку: телебачення, радіо, преса, книговидавництво, фільми і телепрограми, е-медіа, рекламні продукти і послуги, програмні продукти, виробництво лазерних компакт-дисків та ін. Загальні активи компанії складають понад 40 млрд. доларів США, а щорічне зростання прибутків у докризовий час складало 15%, зокрема за рахунок виробництва і поширення фільмів та програмної продукції. Зважаючи на попередню динаміку зростання прибутків компанії та її

фізичне розширення, прогнозується подальший прогрес корпорації, оскільки спад в одних сферах діяльності компенсуватиметься інтенсивним розвитком та прибутками в інших. За останні роки швидкий розвиток інформаційних технологій і лібералізація медіаринків викликали глибокі зміни в структурі світової медіаіндустрії. Національні уряди сприяють концентрації медіакомпаній, запроваджуючи більш м'які норми щодо власності у сфері засобів масової інформації, а медіакомпанії, сполучаючи стратегію злиття й поглинання зі стратегією інтернаціоналізації й диверсифікації, входять у суміжні інформаційні ринки[10-13].

Індустрія телекомунікацій є найбільш перспективним елементом світового ринку ІКТ. Мережі мобільного, супутникового, бездротового, кабельного, фіксованого, Internet-зв'язку, охоплюють території майже у 90% населення світу. Впровадження нових технологій і послуг впливає на збільшення обсягів та підвищення якості телекомунікаційного сервісу, а потенціал розвитку мереж нового покоління включає подальше злиття стільникового зв'язку з ІКТ (мобільний Internet з широкосмуговим сервісом, мобільний broad-доступ), високошвидкісну передачу інформації, глобальний роумінг, мультимедіа, бізнес B2B, голосовий трафік тощо). Нові послуги мобільного зв'язку надають практично необмежені можливості доступу до інформаційних ресурсів глобального значення, в тому числі і через Internet. У 2011 році, за даними Infonetieks Research, обсяг світового телекомунікаційного ринку перевищить 1.86 трлн.доларів США, а до 2015 року очікується зростання ринку до 2.4 трлн., зокрема, за рахунок сегменту WIMAX (+27,5%) і рішень для розвитку відеоінфраструктури (+20,7%). Лідерами у сфері телекомунікацій на світовому ринку є США (35%), Європа (30%), Японія(14%), Китай та інші країни (21%), а основними корпораціями British Telecom, France Telecom, Deutsche Telekom, AT&T, NASDAQ SATS, Hughes Network System, Telmex+Telcel, China Mobila(у 2010 році компанія мала найбільший дохід серед мобільних операторів світу), Telia Sonera, Level 3 Communications, Capital City Service. Телекомунікаційні корпорації надають корпоративним замовникам, приватним особам та іншим операторам послуги місцевого, міжміського і міжнародного телефонного зв'язку, бездротового зв'язку, швидкісного Інтернет-доступу, бізнес-пейджингового зв'язку, передачі мультимедійної інформації, передачі даних, послуги цифрового та кабельного телебачення, а також послуги електронної пошти та програмного забезпечення для зв'язку; телефони та офісне обладнання; Call packages, диверсифіковані за ціною і набором послуг пакети користування телефонним зв'язком; сотові мережі для невеликих компаній; мережеві технології для бізнесу(грід-технології), аутсорсінг обробки та аналізу інформації. Для великих компаній пропонується забезпечення та обладнання для аудіо - та відео конференцій; забезпечення локального зв'язку компанії та зв'язку з клієнтами; засоби інформаційної безпеки, веб-хостінг; послуги зі створення та обслуговування мережевої інфраструктури, системи телефонії. Телекомунікаційні компанії, забезпечуючи повний спектр телекомунікаційних послуг, інвестують науково-технічні дослідження, сприяють програмам з розробки принципово нових мереж зв'язку глобального значення, що забезпечує їм провідну роль у встановленні стандартів телекомунікацій для світового ринку телеоператорів. Зростання світового ринку телекомунікаційних продуктів та послуг у 2011 році та на перспективу до 2015 року свідчить, що провідні ТНК займають найбільший сегмент ринку і складають відповідно 54,2% та на перспективу очікується зростання до + 29%. Світовий інформаційний ринок демонструє міжнародну конкуренцію потужних телекомунікаційних ТНК, які, маючи в розпорядженні достатні фінансові, технічні, та людські ресурси, підтримують та розвивають складні розгалужені світові мережі комунікацій. Корпорації прагнуть розробки нової регуляторної

політики для телекомунікацій, домагаючись зниження розцінок на зв'язок і одночасне впровадження нових послуг і технологій. Телекомунікаційні групи, пристосовуючись до нових умов, укладають міжнародні угоди про партнерство, що дозволяє продавати послуги в глобальному масштабі. [14-18].

Структуру світового ринку ІКТ за 2011 рік складають сектори: ІТ-сервісу, комп'ютерного обладнання; програмного забезпечення; обладнання для мереж передачі даних; комунікаційного обладнання кінцевого користувача; офісного обладнання. Обсяг ринку становить 846 млрд. доларів, що на 6.6% більше, ніж у 2010 році, зокрема найбільше зростання прогнозується в сегменті обчислювальних та інших апаратних засобів- на 11, 7%. Перехід компаній на «хмарну» модель обчислень і розвиток відповідних сервісів сприятиме подальшому зростанню ринку ІКТ. За підрахунками IDC і Gartner, у 2010 році світовий ринок «хмарних» обчислень склав приблизно 21,5 млрд доларів, а на перспективу до 2013 року Gartner прогнозує зростання до 54 млрд доларів, IDC — 44 мільярди. У перспективі 2015 року Gartner прогнозує зростання ринку «хмарних» технологій до 148 млрд. доларів, IDC – до 72,9 млрд., проте усі світові агентства впевнені у «вибуховому» зростанні попиту на «хмарні» технології. За словами члена наглядацької ради консорціуму Intecgroup А.Марреро, протягом чотирьох-п'яти років більше 60% світової інформації виявиться не на комп'ютерах у користувачів, а в цифрових «хмарах» — на вилучених серверах сервіс-провайдерів, а інвестиції в «хмарні» технології складуть майже половину капіталовкладень у весь ринок ІКТ. Сегмент сервісів інформаційної безпеки у 2011 році становить у грошовому обчисленні 35,1 млрд. доларів, а 2015 року прогнозується зростання сегменту до 49,1 млрд., зокрема під сегмент ІТ-менеджменту сягне 14,9 млрд, консалтинг 12,5 млрд., розробок та інтеграції – 13,74 млрд. Провідними компаніям, які обіймають 45% ринку ІКТ, експерти вважають Symantec (18,9% світового ринку інформаційної безпеки), McAfee (10,4%), Trend Micro (6,3%), IBM (4,9%), EMC (3,8%), Kaspersky Lab (у 2010 році отримала прибуток у 538 млн. доларів). За прогнозами Gartner, ринок сервісу програмного забезпечення для захисту даних буде постійно зростати, а продукти для авторизації і контролю доступу, які у 2011 році складають 8% ринку, у 2014 році принесуть понад 12 млрд. доларів. Основними ж трендами 2011 року і на перспективу аналітики IT Business week називають інноваційні технологічні розробки, які виявлять себе на повну потужність з 2025 року. [20-24]

Світовий ринок приладобудування включає в себе виробництво мікропроцесорів і мікросхем, виробництво готових цифрових модулів і мереж, виробництво і продаж комерційних рішень, виробництво систем штучного інтелекту для різних галузей світового господарства, виробництво різноманітних ІТ-пристроїв, а також пристроїв для мобільного зв'язку, установки для передачі даних, побутової е-техніки та ін. Загальний обсяг ринку, за даними експертів, складає понад 980 трлн. доларів (враховуються всі сегменти), США займають 34% світового ринку, Європа- 40%, Японія-14%, всі інші країни – 15%. За прогнозами Gartner, сукупний дохід ІТ-індустрії 1 2011 році становитиме 3,5 трлн. доларів. Основними причинами зростання ринку стали, на думку фахівців, високий споживчий попит, зростання сегментів стратегічних технологій - ноутбуків, нетбуків, смартфонів, аксесуарів, материнських плат, платформ NFC (Near Field Communications) і зниження цін на цифрові системи. Провідні компанії ІТ-індустрії Nokia, HP, IBM, Motorola, Siemens, Asus, Fujitsu, Dell, Sony Ericsson, Philips, Bosh, Toshiba, технологічне лідерство яких дозволяє здійснювати глобальні ініціативи з розвитку таких технологій, як Bluetooth, IPv6, WAP (Wireless Application Protocol), GPRS (General Packet Radio Service), UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), у тому числі в рамках таких авторитетних кон-

сорціумів, як 3G-та 4GPP (3rd-4rd Generation Partnership Project), WAP Forum, спрямовані на розробку і розвиток відкритих стандартів, що визначатимуть майбутнє глобальних телекомунікацій. Зокрема, корпорація Siemens пропонує HiPath від Siemens -інноваційні рішення, послуги, прикладні програми й апаратне забезпечення для гнучкого, безпечного й економічного комунікаційного оточення в компаніях; комп'ютери і механізми, готові до мобільної комунікації типу «машина-машина» завдяки технологіям «бездротові модулі», модулі і термінали, комплексну інтеграцію, консалтинг, а також комплексні універсальні рішення «машина-машина»; телекомунікаційні пристрої для будинків й офісів: бездротові телефони, ISDN телефони, високошвидкісний Інтернет, прикладні програми для домашніх розваг (home entertainment), аксесуари; мобільні телефони компанії Ben Mobile, всі аксесуари, відновлення програмного забезпечення, прикладні програми. Завдяки досвіду і збалансованому портфелю комунікаційних рішень компанія Siemens займає унікальну позицію на висококонкурентному ринку вона має більше мільйона клієнтів у 80 країнах світу, а 70% всесвітньо відомих компаній користуються її рішеннями. Серед них: BMW, Daimler Chrysler, Deutsche Bank, Ford, IBM, Kodak, SAP, BP і Volvo, а також значна кількість компаній малого і середнього бізнесу. Рішення компанії Siemens відповідають потребам будь-якого бізнесу або сфери економіки, і, оскільки кожен споживчий сегмент висуває свої особливі вимоги, компанія Siemens вводить ноу-хау в інформаційні і комунікаційні технології залежно від потреб кожного окремо узятого клієнта[25,26].

Світовий ринок комунікативних технологій та ділової аналітики пропонує такі послуги, як корпоративний, фінансовий, кризовий, політичний, урядовий, комерційний, промисловий, Internet-PR, технології брендінгу, інвестиційного іміджування (IR), лобіювання та GR, е-консалтингу, ділової та фінансової аналітики, репутаційного та антикризового менеджменту, кредитно-довідкового бізнесу тощо. На світовому ринку комунікативних технологій частка США складає 28,4%, Європи- 33,1%, Японії -13,7%, решти світу-24%. Стратегія розвитку ринку комунікативних технологій враховує сприятливу ринкову кон'юнктуру, тенденції діяльності провідних компаній, зокрема, Barson Marsteller, Weber Shandwick, Edelmarm PR World Wide, Hill&Knowlton, Grey Global Group, Ogilvy Public Relfnions Worldwide, Fleishman-Hillard, Financial Dynamics, The Brunswick Group, співробітництво яких забезпечує надприбутки на ринку інформаційних технологій, створення нових форм і структур, здатних конкурувати на світових ринках. Найбільш прибутковим бізнесом на ринку комунікативних технологій вважається GR та лобіювання, тобто ефективний спрямований вплив на прийняття рішень владними структурами в інтересах промислових, комерційних, фінансових груп та неурядових організацій. Комунікативні проекти GR та лобіювання виявляють свою конкурентоспроможність на глобальному, регіональному і національному рівнях. Сучасна практика послуг лобіювання охоплює: офіційні та неофіційні комунікації з урядовими структурами; лобі-комунікації та безпосередню участь у парламентських засіданнях, колегіях відповідних до інтересів лобіювання урядових та спеціалізованих відомств; консалтинг при підготовці законопроектів; іміджування представництв уряду та бізнесових кіл на міжнародних форумах; вплив на прийняття рішень через громадську думку і засоби масової комунікації; організацію та моніторинг бізнесових пропозицій; PR-супроводження та фінансування виборчих кампаній. Аналіз подій та тенденцій на світовому ринку, що здійснюється експертами, свідчить, що комунікативні технології мають стабільний попит і високий комеційний рейтинг серед провідних бізнесових та фінансових структур. До послуг GR-лобіювання звертаються відомі корпорації (Microsoft, Sun Microsystems, Vodavon, LG, Samsung тощо), держави та середні фірми, які потребують послуг системного аналізу, інтерпретацій та прогнозування в галузях високих технологій.

Динамічно зростає попит на PR-послуги у фінансовій сфері міжнародного співробітництва, яке здійснюється на основі наукових соціологічних досліджень, консалтингу та розробки програмних стратегій. Нові технології трансформують характер фінансового бізнесу, сприяють його відкритості для суспільства, уможливають оперативне інформування на глобальному рівні і використання інформаційних продуктів та послуг для ефективних фінансових операцій. До спектру PR-послуг у фінансовій сфері відносять: рекомендації з фінансової аналітики; позиціонування на ринку шляхом досліджень різних комунікативних потоків; створення іміджу корпорацій і підтримання ділової репутації для заохочення попиту на її акції; прогнозування наслідків злиття компаній та PR-супроводження нових брендів; підтримку інвестиційних потоків. PR-послуги у фінансовій сфері також передбачають аналіз ринку цінних паперів, операцій з акціями ф'ючерсами, опціонами, коливання курсів валют, супроводження контрактингу, банкінгу, постачання фінансової інформації для ЗМК. Провідну роль на світовому ринку фінансової аналітики відіграє корпорація Reuters, 93% діяльності якої припадає на постачання фінансової інформації та продаж інформаційних продуктів і послуг. Діяльність компанії поширюється на 98 країн світу за такими напрямками, як надання бізнес-інформації для глобальних і локальних мереж, забезпечення потреб мережевих фінансових ринків, постачання спеціалізованої фінансової інформації для професійних аналітиків поза фінансовими ринками, поширення ділової інформації через ЗМК. Як світовий лідер фінансової аналітики та бізнес-інформування Reuter має частки в інших корпораціях, зокрема TIBCO Software (44%), Riskmetrics (42%), ITN (20%) тощо, з якими здійснює спільні проекти створення глобальної закритої бізнес-мережі типу Internet, порталу для приватних інвесторів, бізнес-додатків вузької спеціалізації інтегрованих до мереж Reuter, бездротового дата-провайдера в Європі. Зважаючи на репутацію Reuter як світового дилера фінансової інформації, можна стверджувати про безпосередній вплив корпорації на світові і регіональні політичні та економічні процеси. PR-послуги, які пропонуються компанією Барсон-Марстеллер, включають зв'язки з електоратом; корпоративні і фінансові комунікації; урядові відносини; зв'язки з громадськістю; кризовий менеджмент, зв'язки з медіа; громадську діяльність; рекламу, аналітичні дослідження, брендінг. Клієнтами Барсон-Марстеллер є: American Public Health Association; Entergy Corp.: Indian Point; Indonesian Government; JAMDAT Mobile Inc; Lincoln Park; Texas Assn. of Business; Sony Electronics; American Airlines. Барсон-Марстеллер на світовому ринку виступає як член Young & Rubicam, і відповідно, як член PR групи WPP, куди також входять такі компанії: Cohn & Wolfe, GCI group, Hill & Knowlton, Kantar Group, Ogilvy PR Worldwide, Robinson Lerer & Montgomery. За даними компанії в реєстрі лобістів, її оборот за 2010 рік складав 8, 1 млрд.доларів[27-31].

Регіональні ринки інформаційних продуктів і послуг відзначаються спільними і відмінними рисами: до спільних відносять – продукти і послуги інформаційної індустрії та суміжних галузей промисловості, до відмінних – структуру інформаційних продуктів і послуг, сферу їх поширення, кількість споживачів, присутність транснаціональних корпорацій, динаміку розвитку ринку, співвідношення експорту/імпорту на регіональних ринках. На європейському інформаційному ринку представлено увесь спектр продуктів і послуг, зокрема, медіа, телекомунікацій, реклами, приладобудування, Internet, інформаційної безпеки, інформаційної інтелектуальної власності, е-управління, е-комерції, ділової аналітики, комунікативних технологій(іміджевих, лобі, інвестиційного іміджування, брендінгу, IR, PA, MR, GR), розважального бізнесу, консалтингу тощо. Північно-американський ринок інформаційних продуктів і послуг (США, Канада) за класифікацією про-

дуктів і послуг є аналогічним світовому (телекомунікації, програмне забезпечення, мас-медіа, е-комерція, кіноіндустрія, реклама, кредитно-довідковий бізнес, комп'ютерне приладобудування, розважальні продукти послуги тощо), оскільки країни Північної Америки, з одного боку, за розвитком інформаційної економіки займають провідні позиції в світі, а, з другого – в регіоні знаходяться материнські компанії найбільших світових транснаціональних корпорацій. На азійсько-тихоокеанському ринку (Японія, Китай, Індія, Південна Корея, Малайзія, Сингапур, Австралія, Нова Зеландія), який динамічно розвивається, представлено послуги Internet, офшорного програмування (аутсорсінгу), інтелектуальної власності, ноу-хау, е-комерції, реклами, програмного забезпечення, автоматизованих систем управління, штучного інтелекту, мультимедіа. На інформаційному ринку країн Центральної і Латинської Америки переважають продукти і послуги телекіноіндустрії (виробництво телесеріалів, розважальних шоу, кінострічок), друкованої преси, телекомунікацій, а найменше представлені послуги Internet, хоча існують спеціальні державні програми з підтримки оцифрування бібліотек, архівів, дистанційного навчання, науково-дослідницької діяльності, туристичного сервісу. Регіональні панафриканський та західно-азійський інформаційні ринки є достатньо обмеженими за спектром продуктів і послуг (мас-медіа, телекомунікації, Internet, приладобудування) і спрямованими на імпортування інформаційних продуктів і послуг зі світового та більш потужних регіональних ринків. Що стосується регіону СНД, то він відзначається певними особливостями функціонування, оскільки пострадянські країни зайняли з огляду на розвиток сфери високих технологій різні позиції на ринку інформаційних продуктів і послуг. Ринок СНД поділяють на такі сектори, як експорт інформаційних продуктів і послуг (експортується офшорне програмування, інтелектуальна власність, інтелектуальні ресурси), імпорт інформаційних продуктів і послуг (імпортуються всі послуги ІКТ), внутрішній ринок характеризується сектором приладобудування, мас-медіа, телеіндустрії.

Динаміка національних інформаційних ринків залежить від рівня економічної та регуляторної політики країни, її інтеграції у глобальні інтеграційні процеси, конкуренції корпорацій, розвитку ІТ-індустрії, наявності інтелектуальних ресурсів, кваліфікації суспільства.

Література

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М.: Эльга. 2000.- 454с.
2. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Аспект. 2000.- 384с.
3. Гілл Ч. Міжнародний бізнес. К.: Основи. 2001. – 1025с.
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс. 2003.- 336с.
5. Ставцева Г.И. Проблемы становления информационной парадигмы в экономической теории- [http:// infconomy.ru/html](http://infconomy.ru/html)
6. Гілл Ч. Міжнародний бізнес. К.: Основи. 2001.-1025 с.
7. Європейські комунікації.: Монографія./Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін..-К.:Центр вільної преси, 2007.-536 с.
8. ЕІТО – European Information Technology Observatory – <http://www.eito.com>
9. Gartner: мировой рынок социальных медиа в 2011 году вырастет на 41,4% <http://www.osp.ru/news/2011/>.
10. Куц Д. Мировой рынок рекламы: обзор и прогнозы. <http://www.rbu/ce/news>

11. ZenithOptimedia: Мировой рекламный рынок достигнет докризисного уровня уже в этом году.<http://mmr/net.ua/news/newid/24148>
12. Офіційний сайт компанії Bertelsmann Group.www.bertelsmann.com/bertelsmann_corp/wms41/.../index.php?ci...
13. Офіційний сайт компанії News Corp.www.newscorp.com/
14. Мальцев С. Мировой рынок телекоммуникаций в III квартале 2011 года.<http://www.spbit.ru/nevs/83274>
15. Офіційний сайт компанії France Telecom – http://www.orange.com/en_EN/group/
16. Офіційний сайт компанії British Telecom – <http://www.bt.com/>
17. Офіційний сайт компанії Deutsche Telekom – <http://www.telekom.com/dtag/content/dt/de/14706>
18. Информационная экономика, бизнес, общество. По данным Gartner мировой рынок ИТ-услуг составил в 2010 году 793 млрд.долларов.<http://www.ifeconomy.ru/home>
19. ИТ(мировой рынок):объем, структура рынка, прогнозы его развития и позиция стран на ИТ-карте мира. <http://www.tadviser.ru/index.php/>
20. Мировой рынок ИТ-услуг вернулся к росту //Ліга.Бізнес /<http://biz.liga.net/all/novosti/htm>
21. Ермак С. Летели облака, летели кирпичи (мировой рынок «облачных» технологий) <http://expert.ru>
22. ПО для защиты информации(мировой рынок).<http://www.itbusiness.com/ua>
23. Офіційний сайт компанії Nokia – <http://www.nokia.com>
24. Офіційний сайт компанії Gartner Group, Inc./www.gartner.com
25. IT-индустрия в 2011: главные технологии и тенденции.www.itbusiness.com.ua
26. Офіційний сайт компанії Siemens -/www.siemens.com
27. Макаренко Є.А..Сучасні комунікативні технології: доктрина, типологія, інструменти, практика// Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2011. – Випуск 99. Частина. 2. – С.153-161
28. Офіційний сайт компанії Burson-Marsteller <http://www.burson-marsteller.com/pages/home>
29. Офіційний сайт компанії Reuters-<http://reuters.com>
30. Ogilvy Public Relations Worldwide-<http://www.ogilvypr.com>
31. Офіційний сайт WPP Group.-www.wpp.com www.ogilvypr.com –<http://www.wpp.com>