

1. Клименко С. Є. Визначення мети та етапів реструктуризації підприємств машинобудівної галузі / С. Є. Клименко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2009. – № 2. – С. 81–87.

1. Емельянова Н. З. Основы построения автоматизированных информационных систем: Учебное пособие / Н.З. Емельянова, Т.Л. Партыка, И.И. Попов. – М.: Форум : Инфра-М, 2005. – 412 с.

2. О'Лири Д. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация: [пер. с англ.] / Д. О'Лири. – М.: Вершина, 2004. – 258 с.

3. Клименко С.Є. Підвищення рівня економічної безпеки машино-будівного підприємства в процесі його реструктуризації / С.Є. Клименко // Економіка : проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Вип. 253: В 7 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – Т. 3. – С. 682–692.

4. Полякова С. IT-платформа для риск-менеджмента [Электронный ресурс] // Финансовый директор. – 28.02.2008. – Режим доступа к журналу: <<http://www.audit-it.ru/articles/finance/a106/113082.html>>.

## **ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТНЕ РИНКОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ**

**В.П. Коваленко, асистент**

*Запорізький національний університет*

*Розглядається інформаційне забезпечення бізнесу у розвинених країнах. Констатується, що сфера бізнесу є найважливішим і найбільшим за об'ємом сектором інформаційного ринку. З іншого боку, світова практика показала, що інформація в електронній формі перетворилася у найважливіший компонент ринкової інфраструктури*

У розвинених країнах підприємці разом з вченими і фахівцями (насамперед, юристами, лікарями, викладачами) та учнями виступають основним споживачем інформаційних послуг і продуктів, а сфера бізнесу – найважливішим і найбільшим за обсягом сектором інформаційного ринку. Привабливість даного ринку з точки зору попиту зробила інформаційне забезпечення бізнесу одним з пріоритетних завдань інформаційної діяльності [1].

Інформація в сучасних умовах стає також потужним фактором прискорення кардинальної перебудови виробничих процесів, впливаючи вже не на окремі ланки, а на весь процес в цілому. Підприємство пов'язане з середовищем тисячами зв'язків, здійснення яких в умовах поширення інформації, з одного боку, полегшується і прискорюється, а з іншого – значною мірою інформаційно збагачується і урізноманітнюється.

З іншого боку, світова практика останніх десятиліть показала, що інформація в електронній формі перетворилася на найважливіший компонент сучасної ринкової інфраструктури. Свобода інформації тісно пов'язується західними економістами зі свободою конкуренції і розглядається як одне з базисних умов ефективного функціонування ринкової економіки. Необмежений доступ до інформації є базовим поняттям моделі ідеальної конкуренції і в остаточному підсумку саме наявність інформації в агентів ринку визначає транзакційні витрати [2].

Особливу увагу проблемам інформації та її впливу на розвиток підприємництва приділяють фахівці з менеджменту, серед яких, в першу чергу, необхідно відзначити П. Друкера, Л. Коуза, Д. Ламберта, М. Портера, представників теорії раціональних очікувань Р. Лукаса та Т. Сарджента, вітчизняних дослідників В. Герасимчука, В. Дорофійенка, І. Древицьку, М. Єрмошенка, Я. Клейнера, О. Кузьміна, Ю. Канигіна, Г. Калитича, Ф. Хміля, В. Чиж та інших.

Складність та багатоаспектність проблем державного управління розвитком підприємництва зумовлюють необхідність наукового обґрунтування теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо застосування інформаційних технологій та інформаційного забезпечення в системах управління на різних рівнях, що буде сприяти розвитку, перш за все, їх контрольних функцій, а це,

в свою чергу, буде сприяти сталому розвитку підприємництва в країні й ефективному використанню його можливостей в національній економіці.

Інформація потрібна підприємцю на кожному з етапів циклу вироблення, прийняття і реалізації будь-якого ділового рішення.

Найбільш суб'єктивною властивістю ділової та комерційної інформації є її цінність. По суті інформація – це товар, який є в даний час найдорожчим, якщо він потрібний користувачеві і надходить вчасно.

Чи варто підкреслювати, що без вичерпної інформації про партнера або чинне законодавство не варто підписувати жодного контракту. Без інформації про економічну кон'юнктуру та перспективи її зміни неможливо прогнозувати бізнес, готувати господарські рішення і планувати конкретні угоди [3].

Наявність доступу до мережі не тільки дозволяє одержати прямий вихід на інформаційні багатства, що лежать поза сферою основних тематичних інтересів (наука про інформацію стверджує, що найбільш цікава і цінна інформація лежить саме на стиках різних предметних областей), але і дає можливість скористатися сучасними телекомунікаційними послугами – електронною поштою, факсом, передачею файлів тощо, притому не тільки для зв'язку в межах України або СНД, а для спілкування з усіма провідними країнами світу.

Але багато серверів, пов'язаних з наданням бізнес-інформації для аналізу, пропонують користувачеві переважно графіки, статистичні ряди цін для обробки в межах Web-сторінки або для завантаження у свій комп'ютер. Фахівці вважають, що поки Інтернет не дає користувачеві даних, необхідних для повноцінного і складного технічного аналізу бізнес-інформації, так як користувач не має можливості аналізувати тренди, використовувати технічні індикатори в гнучкому режимі, створити торгову систему або «кошик» інструментів та оптимізувати їх, а також виконувати технічний скринінг.

При використанні комерційної інформації слід мати на увазі, що навіть комерційні служби зазвичай не беруть на себе відповідальність за надану інформацію, хоча і готові відповідати за її якість з точки зору забезпечення повноти і точності пошуку. В Інтернеті з його свободою і, на жаль, безвідповідальністю, дані проблеми виступають ще гостріше. Втім, такий підхід застосовується практично на всіх секторах інформаційного ринку. Навіть в договорах на обслуговування західні інформаційні служби завжди фіксують відсутність будь-якої відповідальності за наслідки використання інформації з їх довідників або баз даних. В Інтернеті в багатьох випадках взагалі не йдеться про укладання будь-яких договорів. З іншого боку, такий підхід цілком виправданий, тому що звичайно інформаційні служби створюють свої бази даних з використанням запозичених джерел, та їх зусилля щодо верифікації інформації не можуть гарантувати від помилок.

На закінчення хочеться відзначити, що нерозвиненість інфраструктури інформаційного обслуговування бізнесу в Україні свідчить про незрілість українського бізнесу, його істотне відставання в рівні і якісних показниках від розвинених країн і, перш за все, про відсутність аналітичної роботи, а, отже, низької конкурентоспроможності.

#### **Література**

1. Лоскутова В.В. Концептуальні аспекти регулювання малого бізнесу в регіоні/В.В. Лоскутова, О.І. Черниш // Менеджер. – 2002. – № 5 (21). – С. 201–203.
2. БУМ и РАНГ компьютерных систем управления предприятием. И. Карпачев // Журнал «Офис», № 7–8, 2000.
3. Организация и развитие центров телефонной связи с клиентом. Катарина С. Денгер, доктор политологии, компания Versicherung - AG, г. Мюнхен (Германия). Бернд В. Виртц, доктор политологии, Институт исследований экономики предприятия Цюрихского университета (Швейцария) // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления, № 2, 2000.

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ**