

## **РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ ЯК КАТЕГОРІЇ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ**

Проаналізовано наявні моделі формування інформаційного ринку як складової частини економіки знань. Визначено пріоритетні напрями розвитку та концептуальні засади формування інформаційного ринку на сучасному етапі. Охарактеризовано правила ведення бізнесу і національної конкурентоспроможності. Визначено, якими послугами знань користується інформаційне суспільство.

Проаналізовані существующие модели формирования информационного рынка как составной части экономики знаний. Определены приоритетные направления развития и концептуальные основы формирования информационного рынка на современном этапе. Охарактеризованы правила ведения бизнеса и национальной конкурентоспособности. Выделено, какими услугами знаний пользуется информационное общество.

Analysis of existing models of the information market as part of the knowledge economy. Defined Priority directions of development and conceptual basis of the formation of the information market today. We characterize the rules of business and national competitiveness. Highlight what services knowledge is the information society.

*Ключові слова:* економіка знань, інформаційний ринок, економічна інформація, ринок економічної інформації, знання послуг, програмне забезпечення, інтелектуальна власність.

Давно відомо, що економічна інформація може як купуватися, так і продаватися, але ідея інформаційного ринку сформувалась відносно недавно. Природа таких ринків все ще еволюціонує й ускладнює розвиток життєздатних моделей підприємства. Проте певні властивості інформаційних ринків починають трактуватися, наприклад, як зменшені витрати участі, можливості для налаштування, непостійні стосунки з клієнтами, потреба в замовленні тощо.

У міру свого формування економіка інформаційного суспільства починає використовувати не два, а чотири основних види ресурсів: праця, капітал, індивідуальну, групову і регіональну свободу, а також релевантну інформацію (постійно оновлювані теоретичні знання і різного роду відомості, в тому числі практичні навички людей). Перші два з них служать чинниками виробництва, останні два – необхідними умовами їх ефективного використання. Тим самим економіка індустріального суспільства переходить у свою чергову постіндустріальну фазу – інформаційну економіку.

В описі ідеї інформаційних ринків, Макгі і Прусак звернули увагу, що люди в різних ситуаціях отримують інформацію, яка використовується як інструмент потужності або для продажу інформації більшого значення [5]. Шапіро і Варіан підкреслюють, що на інформаційних ринках, як наприклад, газети й енциклопедії, знаходяться в ризику втрати їх позицій, оскільки нова технологія дуже скорочує вартість створення й розподілу інформації [12]. Вони також вказують, що інформаційні ринки не нагадуватимуть конкурентоспроможні ринки, що описуються в підручниках, з багатьма постачальниками, які пропонують подібну продукцію, але відчують недолік здатності вплинути на ціни.

У дослідженні опису переміщення від традиційного до інформаційних ринків, Смард використав поняття автономних постачальників і користувачів, що обмінюють інформацію, замість торговців і покупців, які торгують товарами і

послугами [11]. Мартін вказує, що як виробничі переміщення від масового виробництва до налаштування, маркетинг повинен переміститися до індивідуалізації. Макгі і Прусак заявляють, що зі збільшеною здатністю до налаштування інформація про продукцію і послуги стане ще важливішим ресурсом.

Хагел і Рейпорт концентрують увагу на стосунках з клієнтами. Бізнес-структури припускають, що хоч інформація про клієнтів знаходиться у вільному доступі, проте клієнти переймають на себе значний контроль цієї інформації, і тому доступ ймовірно стане важчим. Спар заявляє, що уряди кінцею кінцем знайдуть шляхи втручання із стандартами, правами власності і правилами, оскільки господарська діяльність залежить від замовлення. Лінде і Сток визначають інформаційний ринок як ринок для цифрової інформації, поширюваної через мережі. Інформаційні послуги сортують через додатки програмного забезпечення (від блогів через зображення, фільми й ігри аж до наукових статей і патентів).

Цілями статті є:

- дослідити категоріальні характеристики та класифікаційні ознаки термінів "інформаційний ринок", "ринок знань", "економіка знань", "інформація";
- виявити та охарактеризувати економічну інформацію як категорію економіки знань.

Як відомо, термін «інформація» походить від латинського слова «informatio» – виклад, роз'яснення. Як приклад, існує наступне визначення. Інформація – це сукупність сигналів, що сприймаються нашою свідомістю, які відображають ті чи інші властивості об'єктів і явищ в оточуючій нас дійсності. Природа даних сигналів має певні можливості щодо їх збереження, передачі, трансформації [3].

Інформація в економіці проявляється в безлічі аспектів. Ось тільки деякі з таких способів прояву:

- інформація є фактором виробництва, один з фундаментальних ресурсів будь-якої економічної системи;
- інформація є об'єктом купівлі-продажу, тобто виступає як товар;
- деяка частина інформації є суспільним благом, споживаним всіма членами суспільства;
- інформація – це елемент ринкового механізму, який поряд з ціною і корисністю впливає на визначення оптимального та рівноважного станів економічної системи;
- інформація стає резервом ділових і урядових кіл, використовуваним при прийнятті рішень та формуванні громадської думки.

Економічна інформація – це перетворена й оброблена сукупність відомостей, що відображає стан і хід економічних процесів. Економічна інформація циркулює в економічній системі й супроводжує процеси виробництва, розподілу, обміну й споживання матеріальних благ і послуг. Економічну інформацію слід розглядати як один з різновидів управлінської інформації. Економічна інформація може бути такою, що: 1) управляє (у формі прямих наказів, планових завдань і т.д.);

2) інформує (у звітних показниках, виконує в економічній системі функцію зворотного зв'язку) [1].

Знання ринку є механізмом розподілу ресурсів знань. Один вид використовує правові конструкції інтелектуальної власності, щоб зробити знання типовим дефіцитним ресурсом, тому традиційний механізм товарного ринку може бути використаний безпосередньо на його поширення. Альтернативна модель заснована на обробці знань як суспільного блага і, отже, заохочення вільного обміну знаннями. Її часто називають вигоди (обслуговування) економіки. У даний час не існує єдиної думки серед дослідників на відносні переваги цих двох підходів.

Вигоди економіки як підхід до управління інформацією розглядає людські вигоди як дефіцитний товар і застосовує економічну теорію для вирішення різних завдань управління інформацією.

Економіка знань включає в себе концепцію обміну, засновану на знаннях продуктів і послуг. Однак, як зазначав Т.Стюарт знання дуже сильно відрізняється від матеріальної продукції. Крім того, воно породжує більше знань в нескінченний цикл. Розуміння знання як ринку починають з'являтися, але вони дуже відрізняються за формою від традиційних ринків [4].

Ринки знань по-різному описали Т.Стюарт, Т.Девенпорт, Л.Прусак, А.Сімард як механізм для дозволу, підтримуючи і полегшуючи мобілізацію, розділяючи або обмінюючи інформацію та знання серед постачальників і користувачів. Цей діловий підхід припускає, що інтелектуальна продукція або послуги доступні для поширення й використання, ними може користуватися хто завгодно, а первинний центр ринку з'єднує обох.

Знання ринків також може бути послідовними у природі. А.Сімард описує значення в знаннях продуктів і послуг уздовж ланцюжка доданої вартості інформаційних послуг. Перші п'ять етапів є внутрішніми для організації знань (виробництво і передача), а останні чотири – зовнішніми (посередники, клієнти і громадяни). Тому циклічність ланцюжка створення вартості може бути використана для моделі або харчування (пост-продакшн оцінка), або попиту як підходу до знання ринку [11].

Знання послуг є новою концепцією, яка об'єднує управління знаннями, знаннями організації і знаннями ринку. Знання послуг програм, забезпечують на основі вмісту (даних, інформації, знань) організаційних результатів (наприклад, поради, відповіді, сприяння) для задоволення зовнішніх потреб користувача. Знання послуг надаються через знання ринків [1].

Клер і Рейх описують служби внутрішнього знання як управлінський підхід, який об'єднує управління інформацією, управління знаннями та стратегічне навчання в масштабах підприємства функції. Калакота, Робінсон і Томас розробили сервіс для орієнтованої архітектури приватного сектору. Їх завданням було перетворення традиційних роздрібних підприємств з розробки корпоративних платформ, які підтримують обслуговування клієнтів. RocSearch

описав більш широкий зовнішній вигляд послуг, що відноситься до нових галузей інформаційних послуг, які виходять за рамки традиційних витрат і часу, використовуючи переваги традиційного сектора консалтингу.

А.Сімард розробив модель цілісної системи знань послуг для державних S & T організацій. Модель починається зі створення нового контенту та закінчується сектором результатів й індивідуальних вигод. Модель не залежить від змісту, питання чи організації, вона розроблена на відомчому рівні, але масштабована як вгору, так і вниз. Основним драйвером є законний мандат відділу, вторинний драйвер – потреби клієнтів і жителів. Модель може працювати або від попиту, або від пропозиції відповідно до знань ринків. Існують дві рівні резолюції: виконання вимірювань і класифікації службової діяльності.

Платні ринки знань ґрунтуються на традиційних ринкових механізмах, які добре працюють для традиційних товарів. Покупець повідомлення відсилає запит, зазвичай у формі запитання, і встановлює ціну для правильної відповіді. Крім того, постачальники знань (відповідачі) можуть розміщувати свої ставки, щоб відповісти на це запитання.

Експертна біржа була першою платною на ринках знань з використанням віртуальної валюти. Це забезпечило ринок, де покупці могли б запропонувати оплату, щоб мати відповіді на свої запитання [6].

Економіка знань поділяється на 2 види: 1) економіка знань, зосереджена на виробництві й управлінні знаннями в рамках економічних обмежень; 2) економіка, заснована на знаннях. У другому значенні найбільш часто використовуються знання технологій (таких як інженерні знання і управління знаннями) для отримання економічних вигод, а також створення робочих місць.

Істотною відмінністю є те, що економіка знань, заснована на виробництві, – це знання продукту, в той час як заснована на знаннях економіка – це знання інструменту.

Існують різні взаємопов'язані рушійні сили, які змінюють правила ведення бізнесу й національної конкурентоспроможності:

- глобалізація – ринки і продукти є більш глобальними;
- інформаційна технологія, яка пов'язана з ефективним виробництвом, спирається на інформацію та ноу-хау;
- понад 70 відсотків працівників у розвинених країнах – це інформаційні працівники;
- нові медіа-засоби масової інформації збільшили виробництво і розподіл знання, які, в свою чергу, призвели до колективного розуму [9].

Комп'ютерні мережі та зв'язок, такі як Інтернет, приносять "глобальному всесвіту" все більшу вигоду для всіх категорій товарів, які представлені на ринку. В результаті, товари та послуги можуть бути розроблені, купуватися, продаватися (у багатьох випадках навіть з доставкою по електронних мережах) [8].

Ключовим поняттям економіки знань є те, що знання й освіту (тобто «людський капітал») можна розглядати як один з двох наступних напрямів:

- бізнес-продукт, тобто освітні та інноваційні інтелектуальні продукти і послуги можуть бути експортовані для високого значення повернення виробничих активів;
- "концепція, яка підтримує створення організаційних знань співробітників, допомагає і закликає їх передати свої знання, які відповідно вони отримали в компанії" [9].

Таким чином, на сьогодні та найближчим часом одним із найбільш перспективних напрямків ефективного розвитку суспільних відносин та національного господарства є інформаційний ринок як система знань. Переорієнтація та перехід стратегічного потенціалу з індустріальної в постіндустріальну модель, яка насамперед передбачає інноваційну інфраструктуру ринку економічної інформації, є досить актуальною сьогодні. Економіка знань спрямовує зусилля на стимулювання попиту, безпосередньо на інтелектуальну власність та підвищення попиту, на програмне забезпечення з боку населення та суб'єктів господарювання. Нові інформаційні та інтернет-технології не є дешевими, адже сучасна віртуальна комунікація представлена комп'ютерними мережами та розповсюдженням інформації, супутниковим зв'язком. Тому дослідження саме інформаційного ринку та інформаційного суспільства, які є складовою економіки знань, потрібні в даний час, щоб сформуванати певну систему знань, яка буде впливати на інформаційний ринок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Береза А.М. Інформаційні системи і технології в економіці. Навч. метод. посібник/ А.М. Береза. - К.: КНЕУ, 2002. - 80с.
2. Марко Є.І. Ринок економічної інформації в Україні: стан, виклики, стратегія розвитку/ Є.І. Марко// Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №8. – С.18-28
3. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України/ А.А.Чухно. - К.: Логос, 2003. - 631 с.
4. Stewart, Thomas A. 1996. Intellectual Capital - The New Wealth of Organizations. - McGraw-Hill, 342 p.
5. Davenport, Thomas and Lawrence Prusak. 1998. Working Knowledge - How Organizations Manage What They Know. // Harvard Business School Press. – 199 p.
6. Tapscott, Don and Anthony D. Williams. 2006. Wikinomics - How Mass Collaboration Changes Everything. Penguin Group. 324 p.
7. Nonaka, Ikujiro. 1991. The Knowledge Creating Company. Harvard Business Review, Nov.-Dec., p.14-37.
8. Edvinsson, Leif and Michael S. Malone. 1997. Intellectual Capital. Harper Business. 225 p.
9. Leonard, Dorothy. 1998. Wellsprings of Knowledge. Harvard Business School Press. 334 p.
10. Bishop, Bill. 1996. Strategic Marketing for the Digital Age. Harper Business. 250 p.
11. Simard, Albert. 2006. Knowledge markets: More than Providers and Users. IPSI BgD Internet Research Society Transactions, 2-2:4-9.
12. Shapiro, Carl and Hal R. Varian. 1999. Information Rules. Harvard Business School Press, Watertown, Massachusetts. p22, 30