**Тема 1. Інформаційне забезпечення міжнародного бізнесу.**

Міжнародний бізнес в даний час здійснюється в нових умовах - умовах інформаційної

економіки. Інформаційну економіку можна розглядати як частину постіндустріальної, яка

визначається прогресом науки і техніки, які зробили основою техніко-економічного розвитку

інформаційні та комунікаційні технології.

У міжнародному бізнесі виникають нові явища, що мають суто інформаційний характер.

Сучасна інформаційна сфера за своєю природою носить міжнародний характер, стираючи звичні

межі між поняттями "національного" і "інтернаціонального". Це стосується не тільки чисто

інформаційних систем, але і фінансів, а також комерції, здійснюваної на основі інформаційних

мереж. Інформація стала міжнародним фактором виробництва поряд з капіталом, робочою силою

і матеріальними ресурсами. Сучасні досягнення в розвитку інформаційних і комунікаційних

технологій привели до формування глобального електронного середовища для економічної

діяльності. Колишні зовнішні чинники підприємництва стали як би внутрішніми не тільки для

транснаціонального, а й для національного бізнесу. У міжнародному середовищі підприємництва

виявляються всі виробники і продавці, незалежно від того, працюють вони на національний або

закордонний ринок.

Інформація у відтворювальному процесі займає подвійне становище. Ця двоїстість

полягає в тому, що інформація, з одного боку, виступає як результат виробництва, так як будь-

який процес виробництва є процес виробництва інформації. З іншого боку, інформація виступає

як фактор виробництва. На цій посаді вона має особливі, відмінні характеристики, властивості,

які різко виділяють її з інших чинників виробництва: надлишок і рідкість, об'єктивність і

суб'єктивність. Існують і інші властивості інформації, які не настільки очевидні в даний час, але

які будуть активно себе проявляти в майбутньому. Як фактор виробництва інформація, втілено у

всіх компонентах системи продуктивних сил суспільства, є складовим елементом всіх моментів

процесу праці - і предметом праці (як потенційно, так і дійсно), і засобом праці, і складовою

частиною робочої сили.

Подвійна роль інформації у відтворювальному процесі зумовила формування двох

основних напрямів у вивченні сутності та ролі інформації в сучасній економіці. По-перше,

досліджується процес виробництва самої інформації. По-друге, інформація аналізується як

найважливіший фактор виробництва і елемент ринкової інфраструктури (сигналів ринку).

В рамках інформаційної парадигми аналізу впливу інформаційного розвитку на

міжнародний бізнес виділяють особливі властивості інформації як ринкового об'єкта, в тому

числі і міжнародного обміну:

- множиться, розростається в процесі використання;

- в принципі ізобільна;

- не обмежена простором;

- не убиває в процесі її використання;

- відрізняється від свого носія;

- є невідчуждаєма;

- як благо не є рідкісним;

- залежить від фактора часу;

- покупець не може судити про цінності інформації, поки її не отримає .

Активне впровадження інформаційної парадигми в економічну діяльному необхідно не

тільки з точки зору участі в міжнародному поділі праці, але і з точки зору поширення високих

життєвих стандартів постіндустріального суспільства.

Інформаційна парадигма означає, що між ринковими суб'єктами з'являються

спеціалізовані комп'ютерно-мережеві посередники. У світі, де кожен з'єднаний з кожним,

більшість операцій може бути здійснено натисканням на клавішу комп'ютера. Інтернет,

поєднуючи фірми з покупцями, створює ілюзії про можливість усунення посередників, які

традиційно займалися організацією потоків інформації і товарів між виробниками і споживачами.

Ця тенденція носить назву «без посередників». Вона спостерігається в різних сферах

міжнародного бізнесу.

Міжнародний бізнес крім традиційних операцій включає в себе створення нових

інформаційних технологій і програмних продуктів, телекомунікаційні та провайдерські послуги,

електронний бізнес, електронні ринки, електронні біржі, електронні платіжні системи,

телероботу, дистанційну зайнятість і ін. Нові форми міжнародного бізнесу розвиваються

відповідно до своїх специфічними цілями і критеріями ефективності.

Таким чином, інформаційна парадигма передбачає зміну традиційної структури

міжнародного бізнесу. Потрібні нові принципи її побудови. Інтернет інтегрує всіх учасників

міжнародного бізнесу - від споживачів, роздрібних торговців і постачальників аж до виробників

- в єдиний робочий процес. Формується т.зв. мережева структура міжнародного бізнесу.

Інформаційна парадигма міжнародного бізнесу обумовлює динамічний характер конкуренції

Необхідність постійно пристосовуватися до змінного середовища змушує фірми розробляти

гнучку стратегію, щоб, з одного боку, реагувати на нові можливості, а з іншого - сучасно

відмовитися від менш вигідних видів діяльності, операцій і т.п. Необхідність постійно

пристосовуватися до змінного середовища змушує фірми розробляти гнучкі стратегії свого

розвитку. Світогосподарські суб'єкти опиняються втягнутими в нескінченний процес

вишукування нових конкурентних переваг і взаємодії з конкурентами з метою їх реалізації.

Сукупність факторів глобальної інформатизації впливають на світові економічні процеси

в цілому і міжнародну бізнес-активність зокрема, а саме - поява нових форм і видів міжнародного

бізнесу.

Аутсорсинг як нова форма оптимізації бізнес-процесу є головним інструментом

досягнення компанією світового лідерства. Такий ефект за рахунок аутсорсингу досягається в

результаті отримання істотних поліпшених послуг і збереження витрат на основних і вторинних

виробничих процесах шляхом залучення на тривалий час зовнішніх фахівців або консультантів.

Більшість організацій використовують аутсорсингові послуги з метою забезпечення

обслуговування і підтримки виробленої продукції. Компанія, яка перебуває поза глобальної

сервісної революції, втрачає конкурентні переваги. Більшість великих світових компаній

вдаючись до використання глобального аутсорсингу в інформаційно-комунікаційній сфері

вирішують проблему витратності і ефективності виробництва, підвищення якості глобального

продукту в умовах глобального попиту, інноваційності виробництва, вмілого впровадження

інформаційних систем і фінансових ресурсів.

В результаті об'єктивних змін в формах і методах ведення міжнародного бізнесу під

впливом розвитку інформаційного розвитку міжнародного бізнесу потрібні нові інструменти

регулювання міжнародних торгових угод. Відповідно, повинні змінюватися і теоретичні

уявлення про форми і методи ведення міжнародного бізнесу. Точно також і державам, щоб

контролювати зростаючий обсяг комерційних угод з нематеріальними товарами, необхідно

адаптуватися до мінливих умов міжнародного бізнесу.

На сучасному світовому ринку поряд з державами і ТНК активно діють нові учасники -

міжнародні економічні організації, інтеграційні союзи, міжнародні біржі і аукціони, швидко

зростаючі мегаполіси, різні неформальні економічні союзи. Багато некомерційні, громадські,

політичні, релігійні організації і навіть окремі бізнесмени роблять помітний вплив на характер

міжнародних економічних відносин і тим самим - на умови міжнародного товарообміну, значно

ускладнюючи процедуру комерційних переговорів, реальних поставок, розрахунків по операціях.

Міжнародний бізнес на основі інформаційної парадигми стикається з проблемою

забезпечення інформаційної безпеки. Найбільш руйнівними і збитковими є: по-перше,

несанкціонований доступ до внутрішньофірмової інформації, а по-друге, розголошення та

спотворення інформації при її передачі по інформаційних мереж. У зв'язку з цим виникає два

низки завдань:

- забезпечення безпечної внутрішньофірмової середовища для роботи з документами і

базами даних;

- захист інформації на всіх стадіях її руху.

Необхідність вирішення цих завдань викликала до життя нову сферу бізнесу -

інформаційна безпека. Компанії, що спеціалізуються на вирішенні проблем інформаційного

захисту бізнесу, пропонують ряд нових продуктів і послуг перш за все фінансового і

корпоративного ринку.

Інформація та технології як ключові ресурси управління економікою та міжнародним бізнесом

В умовах централізованого планування економіки більша частина ділової та комерційної інформації виробникам не була потрібна. Вона надходила у вигляді директивних планів, замовлень, прикріплення до споживачів і постачальників. Ділова та комерційна інформація просто не існувала в самостійній формі, вона мала напівзакритий характер і не була доступною на комерційній основі ні в країні, ні за кордоном.

Після зруйнування адміністративної системи підприємства зіткнулись з гострою нестачею практично будь-якої інформації ділового характеру, необхідної для роботи в умовах ринку. І якщо про ситуацію на внутрішньому ринку можна було довідатися з комерційних видань, телепередач, реклами тощо, то інформація про становище на світовому ринку надходила від західних фірм, зацікавлених на сучасному етапі не стільки в установленні рівноправного та взаємовигідного співробітництва, скільки в тому, аби скористатися нашим тяжким становищем.

Водночас зрозуміло, що ринкова економіка не може вдосконалюватися без зовнішньоекономічних зв’язків, але для участі в світовому господарстві наші підприємства та організації мають вийти на світовий рівень ділової культури, стати рівноправними партнерами, засвоїти всі ті знання, що потрібні для розвитку суспільства.

На сучасному етапі розвитку суспільства необхідно зрозуміти, що інформація — це товар, який має високу ціну, якщо він саме той, що потрібен користувачеві і надходить вчасно. Дійсно, хто із підприємців не хотів би знати найнижчу ціну, за якою пропонується конкретний товар і ким саме, або найвищу ціну й покупця, котрий хотів би придбати його товар. Мабуть, немає потреби доводити, що без вичерпної інформації про партнера не варто підписувати жодного контракту. Однак, отримуючи інформацію від інформаційної служби, користувач, як правило, сплачує не лише за інформацію, а й за інформаційні послуги, тобто за послуги з її надання конкретному споживачеві.

Простий аналіз циклу прийняття ділового рішення (табл.1.1) свідчить, що на кожному з його етапів підприємцеві потрібна різноманітна інформація. З іншого боку, вимоги до цієї інформації постійно підвищуються й системи та засоби забезпечення її збору, обробки і доступу об’єктивно постають найважливішими компонентами ринкової інфраструктури, значення якої постійно зростає.
Великий і постійно зростаючий універсум електронної інформації практично з усіх галузей людської діяльності, доступної з використанням простої, розрахованої на нефахівців комп’ютерної технології, згідно з якою можна підключити персональну ЕОМ через модем і телефонну лінію, широко використовується діловими людьми в практичній роботі і, по суті, перетворюється в невід’ємну частину сучасного бізнесу.

Інформаційний процес управління – це сукупність управлінських операці, головним предметом яумх є інформація.

Інфомаційний процес є об’єктом автоматизації управління. Інформаційні процедури – сукупність однородних операцій, пов’язаних з впливом на інформацію.

Сукупність ксіх інформаційних процедур утворює інформаційний процес – технологічну основу управлінської діяльності.

Характеристика інформаційних процедур:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Інформа­ційна про­цедура | Характеристика | Супутні інформаційні процедури |
| Збирання даних, реєстрація | Мета — одержати точне, своєчасне, вірогідне та повне відображення явищ економі­чного життя (виробничо-господарської діяльності). Дані збираються всередині об'єкта і надходять із зовні­шнього середовища | Кодування одиниць інформації (присвоєн­ня кодових позначок) |
| Передача даних | Два варіанти організації пе­редачі даних: — фізичне переміщення носі­їв (кур'єром, транспортом, поштою); — дистанційна передача по лініях зв'язку інформації носіїв у вигляді сигналів | Захист інформації Найпотужнішими механізмами захисту є криптографічні ме­тоди: шифрування (дешифрування), імі-тозахист та електрон­ний підпис Шифрування забезпе­чує конфіденційність інформації, контроль доступу до неї Імітозахист підтримує цілісність і дійсність інформації на об'єкті |
| Збережен­ня інфор­мації | Інформаційна процедура по­в'язана з багаторазовістю, тривалістю використання умовно-сталої інформації в обробленні, необхідністю на­копичення інформації у зв'я­зку з розривом у часі її об­роблення | Пошук одиниць ін­формації. Захист від несанкціонованого доступу. Актуалізація даних — підтримка значень одиниць ін­формації на заданому рівні |
| Оброблен­ня інфор­мації | Сукупність арифметичних і логічних операцій для здобут­тя результатної інформації (інформації для управління) | Пошук одиниць інфо­рмації. Розмноження результатної інфор­мації |
| Передача результат­ної інфор­мації   | Два варіанти організації пе­редачі: — передача інформації на носіях у вигляді машино­грам, на гнучких магнітних дисках (ГМД): а)для використання в управлінні; б)для збе­реження; — передача по каналах зв'язку: а) для використання в управлінні; б) для збере­ження | Захист інформації Збереження інформа­ції   |
| Спожи­вання ре­зультатної інформації   | Використання результатів оброблення у вигляді розра­хованих значень техніко- економічних показників (ТЕП) для визначення факто­рів, що впливають на вироб­ництво, і виявлення резервів розвитку (схема 1) | Актуалізація даних   |

Використання інформації:

- технологічне;

-внутрішне;

-зовнішне.

В процесі управління (для прийняття рішень);

В інформаційних процедурах оброблення (Для реалізації функцій управління (наприклад, складання бухгалтерського балансу).

Зростання попиту на комерційну інформацію і відповідні інформаційні послуги закономірно зумовило появу організацій, основною діяльністю яких стало саме задоволення цього попиту.

На світовому ринку інформації можна виділити такі основні сектори.

1. Сектор ділової інформації (біржової, фінансової, комерційної, економічної, статистичної), який охоплює:

— біржову та фінансову інформацію про котировки цінних паперів, валютні курси, облікові ставки, ринок товарів і капіталів, інвестиції, ціни, яка надається біржами, спеціальними службами біржової та фінансової інформації, брокерськими компаніями, банками;

— економічну і статистичну інформацію — числову економічну, демографічну, соціальну — у вигляді рядів динаміки, прогнозних моделей і оцінок, яка надається державними службами, а також науково-дослідними компаніями;

— комерційну інформацію щодо компаній, фірм, корпорацій, профілю їхньої роботи і продукції, цін, фінансового стану, зв’язків, угод, керівників і т.ін.;

— ділові новини в області економіки й бізнесу, які надаються спеціальними інформаційними службами.

2. Сектор інформації для спеціалістів (науково-технічної та спеціальної, а також першоджерел), який охоплює:

— професійну інформацію (спеціальні дані та інформацію для юристів, лікарів, фармацевтів, викладачів, інженерів та ін.);

— науково-технічну інформацію (документальну, бібліографічну і реферативну, довідкову інформацію та дані в галузі фундаментальних і прикладних, природничих, технічних і суспільних наук, галузей виробництва та сфер людської діяльності);

— доступ до першоджерел (організація доступу до джерел інформації через бібліотеки і спеціалізовані служби, можливість придбання першоджерел, їх одержання по міжбібліотечному абонементу у вигляді повнорозмірних і мікрокопій).

3. Сектор масової і споживчої інформації (новини, послуги на основі засобів телекомунікації), який охоплює:

— новини і літературу — інформацію служб новин і агенцій преси, електронні журнали, довідники, енциклопедії;

— споживчу і розважальну інформацію, яка орієнтована на домашнє, а не на службове користування (місцеві новини, прогноз погоди, розклад руху транспорту, ігри, програмне забезпечення, пропозиції з обміну, придбання і продажу, довідники готелів і ресторанів, інформація з обміну валюти, оренда машин, дач і т.п.).

Динаміку розвитку ринку інформації можна охарактеризувати показниками кількості баз даних, їх обсягу, кількості організацій, які генерують бази даних, і організацій — постачальників баз даних і послуг на їх основі.