**Жаворонкова Галина Василівна. Методологічні основи підприємницької діяльності на ринку інформаційних продуктів та послуг: дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Національний авіаційний ун-т. - К., 2004**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Жаворонкова Г.В. Методологічні основи підприємницької діяльності на ринку інформаційних продуктів та послуг. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. – Київський національний авіаційний університет, Київ, 2004.  В дисертації сформовані теоретико-методологічні засади підприємницької діяльності на ринку інформаційних продуктів та послуг. Досліджено стан і тенденції розвитку даного ринку України в цілому і консалтингових послуг зокрема. Виокремлено становлення віртуального ринку, який передбачає всебічне використання мережі Інтернет, проведено класифікацію форм комерційної присутності в ній.  Основна увага приділена консалтингу та організаційно-економічному механізму функціонування консалтингової фірми, її поведінці на ринку. Для цього розроблено комплексну систему вирішення поточних та цільових проблем функціонування консалтингових фірм – від вибору організаційно-правової форми консалтингового бізнесу – до організації технологічного процесу консультування. Передбачено застосування сучасного менеджменту, який орієнтований на інновації, має розвинену функцію маркетингу та визнає інтелектуальний персонал за ключовий ресурс.  Уточнено поняття „дорадництво” і „інформаційно-консалтингове обслуговування” в АПК. Дорадництво це нове суспільне явище, яке має за мету відродити сільське господарство та забезпечити його стабільний прибутковий розвиток на основі формування селянина-власника з новим типом економічного мислення. Запропоновано концепцію становлення та організаційно-ресурсне забезпечення впровадження сільськогосподарських дорадчих служб України. | |
| |  | | --- | | В дисертаційній роботі проведено дослідження теоретичних, методологічних та науково-практичних аспектів розвитку підприємництва на інформаційному ринку. Результати дисертаційного дослідження дозволили зробити висновки про практичне започаткування на інформаційному ринку нового суб’єктів підприємництва – консалтингових фірм та дорадчих служб. Формування дорадництва в АПК є свідченням вирішення науково-практичної проблеми, що дозволить аграрним товаровиробникам значно підвищити ефективність виробництва, прискорить перехід до ринкових відносин і забезпечить більш високі темпи розвитку галузі, а також сприятиме відродженню сільської місцевості. Основні наукові і прикладні результати, рекомендації з наукового і практичного їхнього використання полягають в наступному.  1. Дані загального аналізу, проведеного в дослідженні, процесу інформатизації сучасного українського суспільства свідчать про його незадовільний стан. Для активізації цього процесу необхідна розробка комплексу заходів на державному рівні з охопленням як зростання інформаційного наповнення економічних процесів, так і телекомунікаційного та комп’ютерного технічного забезпечення. Інформатизація – це інструмент побудови інформаційного суспільства, в умовах якого будь-який індивід для того щоб засвоїти постійно зростаючий обсяг інформації і не відставати від темпів науково-технічного та економічного життя всього суспільства в цілому, повинен мати можливість безперервно оновлювати свої знання. А для цього повинні працювати основні принципи інформатизації, скластися висока інформаційна культура і розгалужений інформаційний ринок.  2. В основі інформаційного підприємництва лежить визначена та досліджена в дисертації організаційно-економічна модель формування та регулювання ринку ІПП, складниками якого є:  економічна стратифікація та дослідження фундаментальної категорії “інформаційний ресурс” та похідних від неї: інформаційна та консалтингова послуга, ринок ІПП та його складові: ринок ІКП, віртуальний ринок;  механізм формування та регулювання ринку ІПП, побудований на засадах принципово нового усвідомлення природи складних соціально-економічних об’єктів, які функціонують у віртуальному просторі на засадах інноваційного розвитку та інтелектуальної економіки.  3. За результатами дослідження з’ясовано, що в інформаційній економіці сфера інформаційних продуктів та послуг стає домінуючою, основні спеціальності займає інтелектуальний персонал, а інформація та знання є тим чинником, від якого залежить конкурентоспроможність підприємства, а інтелектуальний капітал стає основним. Щоб Україна стала державою з інформаційною економікою їй необхідно виконати низку організаційно-правових заходів: зорієнтувати державну інформаційну політику на комплексне забезпечення виробників та користувачів ІПП; закріпити провідну роль держави у розбудові інформаційної індустрії, водночас сприяти розвиткові інформаційного підприємництва; привести законодавчу базу у відповідність з національними і світовими вимогами; забезпечити безперешкодний доступ споживачів усіх рівнів до банків даних на національному та світовому рівнях; розширити міждержавний обмін інформацією; звернути увагу на формування віртуального сегменту інформаційного ринку.  4. Сьогодні у світовій практиці термін “віртуальний” є ключовим. Вже говорять про виникнення віртуального суспільства або Інтернет-цивілізації. На протязі найближчих 10 років очікується безпрецедентний ріст ринку електронного бізнесу – загальна вартість цінних паперів на світовому ринку очікується 200 трлн. євро. Дослідження віртуального простору варто починати з вивчення ринку Інтернет-ресурсів та Інтернет-послуг. Автор провів класифікацію форм комерційної присутності в Інтернеті, розробив практичні рекомендації як вдосконалити Інтернет-торівлю не тільки товарами а й інформацією.  5. В роботі доведено, що інформаційні продукти та послуги – це інноваційні продукти. Організація інноваційного процесу має дві стадії: комерціалізації продуктів інтелектуальної власності та підприємницької діяльності. Стадія підприємницької діяльності більш досліджена, а комерціалізації вимагає уваги і може бути об’єктом окремого дослідження. Міжнародний досвід показує, що суттєві економічні зрушення в інноваційній діяльності не можливі без активізації інвестування цього процесу. Автор обґрунтував залучення венчурного капіталу, так як саме даний капітал відіграв в розвинених країнах важливу роль в реалізації базових науково-технічних інновацій на інформаційному ринку.  6. Аналіз ринку консалтингових послуг в Україні показав, що потенційний попит на дані послуги є, але говорити про остаточно сформований ринок цих послуг зарано, так як не сформована суспільна думка про реальність віддачі від інвестування цих послуг, не створено інформаційний простір, в якому б популяризувались та рекламувались консалтингові послуги, відсутні довідники консалтингових фірм, не проводяться їх рейтинги. Тому розробка концепції розвитку консалтингового ринку є своєчасним заходом, як вважає автор, який дозволить пришвидшити розвиток та структурувати даний ринок.  7. В роботі доведено переваги організації виконання консалтингових робіт проектним методом. Внаслідок цього головною структурною одиницею управління стає не консультант, а консалтинговий проект, що виконується проектною групою. Розглядаючи консалтингове завдання як проект, керівництво консалтингової фірми бере на себе управління процесом планування, організацію та контроль окремих консалтингових проектів в умовах обмежених наявних ресурсів і необхідності їх погодження в часі. В дослідженні виконано розподіл функцій управління консалтинговою фірмою згідно ієрархії управлінської піраміди.  8. Консалтингова діяльність обов’язково повинна давати позитивні результати як якісного характеру (нова організація праці, новий стиль проведення нарад, нові схеми розподілу праці і співробітництва, нові методи управління тощо) так і у конкретних цифрах (підвищення ритмічності виробництва, зменшення частки браку, зниження собівартості продукції тощо). Практично немає єдиної методики розрахунку економічної ефективності та результативності консультування. Роботу консультанта можна вважати успішною, якщо рекомендації виявилися прийнятими, консультантам вдалося стимулювати нові ідеї, витрати на консультантів не перевищили запланованих і компанія готова знову звернутися до послуг даної фірми.  9. Розроблено в роботі систему вирішення поточних та цільових проблем функціонування консалтингових фірм – від вибору організаційно-правової форми консалтингового бізнесу – до управління технологічним процесом консультування. Ряд положень та результатів дослідження може бути покладено в основу менеджменту консалтингової фірми, який орієнтується на пріоритетну роль людини в організації, розглядає її як людський капітал, та покликаний об’єднати зусилля персоналу для реалізації задач згідно стратегії фірми; технології “управління знаннями”, які вже сьогодні здатні дати 20% підвищення продуктивності праці консалтингової фірми; інноваційної діяльності консалтингової фірми, яка є синтезом технологічних, організаційних та соціокультурних знахідок фірми, що формують її імідж на ринку та які важко скопіювати, а відтак вони створюють інтелектуальний капітал, який забезпечує більш цінні в стратегічному плані переваги над конкурентами; програми лояльності основних клієнтів, які дозволять отримати довгострокові конкурентні переваги консалтингової фірми; стратегії досягнення потрібної компетенції персоналу в організації, тобто персонал повинен мати належну освіту, професійну підготовку, кваліфікацію і досвід, тому заходи сертифікації персоналу та розрахунок рейтингу консалтингових фірм допоможуть значно підняти якість послуг та підвищити конкурентоспроможність українських консалтингових фірм.  10. Закономірним наслідком розвитку інформаційного підприємництва стало виділення із загальної теорії маркетингу – маркетингу інформаційних продуктів та послуг, який називають інформаційним маркетингом. Визначено принципи інформаційного маркетингу консалтингових послуг, що спрямований на підвищення конкурентоспроможності консалтингових фірм на засадах стратегічного маркетингового планування, управління якістю консалтингових послуг, широкого використання маркетингових комунікацій та віртуального маркетингу, інформаційне моделювання як інструмент дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища консалтингової фірми.  11. Стрімкий розвиток інформаційних технологій, які в більшості випадків пропонують принципово нові ІПП, вимагає розробки цінової стратегії. Удосконалення методології ціноутворення інформаційно-консалтингових послуг дозволяє визначати ціну окремо на: власне консалтингові послуги, надання інформації та об’єкти інтелектуальної власності. З метою формування цілісного підходу до оцінки вартості інформації слід враховувати явище асиметрії інформації. За основу формування ціни об’єктів інтелектуальної власності в Україні взято витратний підхід, це обумовлено нерозвинутим ринком та відсутністю інформації по раніше укладених угодах. Розробку цінової стратегії консалтингової фірми необхідно розглядати не як разовий акт, а як постійну політику фірми.  12. Розроблені автором теоретичні положення, моделі та організаційно-економічні механізми дозволили отримати практично-корисні результати для подальшого розвитку інформаційно-консультаційного обслуговування АПК та формування мережі дорадчих служб, а також удосконалення процесів економічного відтворення на основі інформації. У тому числі: сформульовані пропозиції щодо стратегії широкого використання консалтингового бізнесу та принципово нових методів організації виробничих відносин на засадах дорадництва; запропоновані рекомендації з ресурсного забезпечення дорадчих служб, зокрема, фінансового, кадрового та інформаційного.  Низку положень та результатів дослідження покладено в основу: удосконалення підходу до правового забезпечення функціонування інформаційного ринку та пропозиції об’єднання правових актів, що регулюють інформаційну діяльність, в єдиний комплексний правовий блок – інформаційне право; аналізу діяльності консалтингових фірм та розробки консалтингових проектів, а також використання консалтингового методу при вирішенні проблем іншими організаціями. | |