

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ, ЙОГО ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

На початку XXI ст. світ увійшов у період комплексних трансформацій, пов'язаних з подоланням декількох криз, що збіглися у часі, і численних накопичених проблем економічного та неекономічного характеру. Це, а також ряд інших передумов (економічних, соціальних і політичних) свідчать про користь переходу до нової парадигми розвитку світового господарства, яка повинна створити основу для прогресу всіх країн, незалежно від рівня їх розвитку.

За умов сьогодення глобальний обмін інформаційними продуктами та послугами впливає на світовий попит, координує їх виробництво, стимулює інвестиції в інформаційно-комунікаційну індустрію, створюють нові потужності для співробітництва в різних сферах, запроваджуються нові технології, інтелектуальні, високотехнологічні, які визначають потенціал економіки майбутнього.

Більшість прогресуючих країн і провідних корпорацій на світовому ринку прагнуть захистити власні комерційні інтереси, збільшити вплив на світову економічну кон'юнктуру, що, з одного боку, передбачає необхідність кооперації у сфері світової політики, економіки та бізнесу, а з іншого – врахування інтересів менш розвинутих країн для подолання нерівності розвитку окремих країн, оскільки така асиметрія взаємно впливає і на економічні можливості провідних економік світу.

Проведені дослідження (М. Поляков [1]) дають підстави зробити висновки про те, що в основі парадигми розвитку світового господарства буде концепція економіки знань (ЕЗ) і модель господарства, яка буде створюватись за рахунок реалізації цієї концепції. Це історично обумовлено еволюцією економічних систем і проявляється у переході до більш високої стадії суспільного розвитку: від аграрного, індустріального типу суспільства (економіки) до суспільства (економіки) знань, а в подальшому до економіки вражень. В авангарді такого поступу звичайно знаходяться розвинуті і ряд найбільш потужних країн, що розвиваються.

Стрибок у розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), що стався у другій половині XX ст., сформував основи для поступового проникнення їх в усі сфери суспільного життя. Широке використання комп'ютерної техніки та мереж (насамперед, Інтернет) створило умови для цифровізації різних процесів і структур, що призвело до формування так званої цифрової економіки (ЦЕк). Ринки інформаційного бізнесу ієрархічно становлять: світовий ринок інформаційних продуктів і послуг,

регіональні ринки (європейський, північноамериканський, ринок країн Центральної і Латинської Америки, азійсько-тихоокеанський, близькосхідний, західноазійський, ринок СНД), національні інформаційні ринки. Глобальний ринок інформаційних продуктів і послуг характеризується значною нерівномірністю щодо представлення регіонів і країн: за останніми даними Європейської обсерваторії інформаційних технологій, США займають 36% світового інформаційного ринку (тобто з 20 найбільших компаній цього ринку шістьнадцять є американськими), Європа – 30% (на Східну Європу припадає менше 1%), Китай – 22%, решта країн – 23% [2]. Ринок інформаційних продуктів і послуг складають сектори: медіа (TV та радіо, аудіовізуальні продукти, рекламний сервіс, електронне видавництво, розважальні продукти і послуги, мультимедійні продукти); телекомунікації (супутниковий, космічний, бездротовий, мобільний, оптично-волоконний, кабельний, електронний, Інтернет-телефонія, навігація (GPS), супутникова фотозйомка); ІТ (швидкісний доступ, е-комерція, е-мобільна комерція, е-освіта, е-телеконференція, е-медицина, е-зайнятість, е-бібліотеки, е-переклад); інтелектуальна власність (програмне забезпечення, чіпінг-технології, смарт-картки, патентування, ліцензування, авторське право і суміжні права, ноу-хау, кінопродукти, бренди, торгівельні марки); приладобудування (виробництво технологічних пристроїв, цифрових модулів, систем штучного інтелекту, мікросхем, систем автоматизованого управління для промислової індустрії, комп'ютерної техніки, телекомунікаційного устаткування); комунікативні технології (іміджевий, державний, корпоративний, індивідуальний, політичний, бізнесовий, кризовий, Internet-PR, брендінг, лобіювання, GR, IR, PA, політична, ділова, фінансова аналітика, довідковий бізнес, автодовідники, тематичні довідники, жовті сторінки, тощо). Світовий ринок інформації демонструє міжнародну конкуренцію потужних телекомунікаційних корпорацій, які, мають в розпорядженні достатню кількість ресурсів, підтримують та розвивають складні світові мережі комунікацій. ТНК прагнуть розробки нової регуляторної політики для телекомунікації, прагнуть знизити розцінки на зв'язок і одночасне впроваджують нові послуги і технології. Телекомунікаційні групи, пристосовуючись до сучасних умов, укладають міжнародні угоди про співпрацю, що дозволяє продавати послуги в світовому масштабі. Структуру світового ринку ІКТ за 2020 рік складають сектори: ІТ-сервісу,

комп'ютерного обладнання; обладнання для мереж передачі даних; комунікаційного обладнання кінцевого користувача; офісного обладнання.

Основними причинами зростання ринку стали, на думку фахівців, високий споживчий попит, зростання сегментів стратегічних технологій – ноутбуків, смартфонів, аксесуарів, материнських плат, платформ NFC (Near Field Communications) і зниження цін на цифрові системи. Головні компанії IT Nokia, HP, IBM, Motorola, Siemens, Asus, Fujitsu, Dell, Sony Ericsson, Philips, Bosh, Toshiba, технічне лідерство яких спонукає здійснювати глобальні ініціативи з розвитку новітніх технологій, як Bluetooth, IPv6, WAP (Wireless Application Protocol), UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), у тому числі в рамках таких видучих консорціумів, як 3G-та 4GPP (3rd-4rd Generation Partnership Project), WAP Forum, спрямовані на розробку і вдосконалення відкритих стандартів, що визначатимуть майбутнє глобальних телекомунікацій [3].

Безліч змін, які зазнали сектори ринку інформаційних продуктів і послуг, викликані впровадженням ІКТ, які, стрімко прогресували. Прогрес ІКТ та розширення їх використання було настільки потужним, що з'явилися концепції, що описують відповідні зміни суспільства й економіки – «інформаційне суспільство» й «інформаційна економіка». Вони мали широке визнання і стали основою для розробки багатьох державних і міжнародних програм, проєктів, інститутів. Однак подальший розвиток ІКТ та зміна якості їх використання затребувало нових концептів. Виникли «цифрова економіка» (і «цифрове суспільство») як доповнення і розвиток попередніх, «інформаційних», концептів [4]. Це відобразило нові зміни, сформувало новий тренд у науковій дискусії. Багато країн, особливо розвинених, та міжнародних організацій в останні роки прийняли національні стратегії або «порядки денні» побудови ЦЕк, що підтверджує стратегічність цього вектора розвитку. Порівнянню з 2015 роком Китай утричі збільшив бюджетні видатки на науково-дослідницьку діяльність. Якщо за останні десять років частка Сполучених Штатів у фінансуванні світової науково-дослідницької діяльності знизилася з 37% до 30%, то аналогічна частка Китаю за цей час зросла із приблизно 2% до 14,5%. Віддаючи на наукові розробки близько двох відсотків свого гігантського ВВП, Китай за фінансуванням науки вже статистично випередив Європу, а Сполученим Штатам утримання лідерства дається все важче.

Значною мірою ці поліпшення стали можливими завдяки мобільному зв'язку. Із семи мільярдів людей

на нашій планеті мобільними телефонами користується шість мільярдів.

Цифрові трансформації є не автоматизацією у сучасному її розумінні. Вони вбирають у себе і автоматизацію (на якісно новому рівні) і передбачають створення інших форм організації і моделей операційних процесів на основі ІКТ (цифрових технологій), що призводить до формування нових підходів у господарській діяльності. Прикладом може бути спільне споживання і цифрове виробництво (галузеві платформи) з прямим виходом на ринок. Поки цифрові трансформації в основному розглядаються стосовно бізнесу (для реорганізації, створення нових бізнес-моделей, оптимізації, управління продуктивністю, перетворення продуктів і зміни взаємодії з клієнтами), однак, як показує досвід розвинених і навіть багатьох країн, що розвиваються, їх цілком можна застосовувати у дослідженні розвитку національного та світового господарства. Це дає підстави досліджувати міжнародний інформаційний бізнес як принципово нову глобальну економічну систему, в основі якої інтелектуальні ресурси та високотехнологічні виробництва продуктів і послуг поширюються на глобальних ринках.

Таким чином, розвиток інформаційного бізнесу у світі, динаміка розширення і різноманітності послуг (послуги мобільної комерції та Internet, прикладного програмного забезпечення, інформаційного менеджменту, тощо) зумовлюють стимулювання міжнародної конкуренції. Тенденції міжнародного інформаційного бізнесу знаходять реалізацію на різних рівнях, виявляють особливості економічного розвитку та проблеми включення окремих регіонів і країн в процеси міжнародної інтеграції.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Поляков М. В. Економіка знань: сутність, детермінанти, глобальний ландшафт: монографія. Дніпро: Нова ідеологія, 2019. 688 с.
2. Степанюк Н. С. Ділова активність підприємців у малому бізнесі Хмельницької області. *Вісн. Технол. ун-ту Поділля. Екон. науки*. Хмельницький, 2005. №. 3, Ч. 1 (спец. вип.). С. 71–73.
3. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Вип. 6, Ч. 1. Ред.: Л. В. Губерський; Київ. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т міжнар. відносин. К., 1998. 172 с.
4. Макаренко Є. А., Ожеван М. А., Рижков М. М. Європейські комунікації: політичні, економічні, правові, безпекові, дипломатичні, суспільні та культурні аспекти: моногр. К.: Центр віл. преси, 2017. 434 с. (Серія: Інформ. сусп-во, політика, право).