

УДК 339.9

<https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.3.23>

О.Г. МОРОЗОВА

Херсонський державний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6501-3561>

## ГЛОБАЛІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ ТА СВІТОВУ ПОЛІТИКУ

*У статті розглядаються теоретичні й організаційно-практичні аспекти глобалізації міжнародного інформаційного бізнесу.*

*Доведено, що нині особливою актуальністю набула проблема глобалізації міжнародного інформаційного бізнесу, яка зумовлена швидкоплинними змінами у сфері високих технологій.*

*Аргументовано, що у контексті глобалізації міжнародного інформаційного бізнесу посилилась нерівність економічного розвитку, яка загострила міжнародну конкуренцію та перерозподіл сфер політичного і економічного впливу на світових ринках. Важливим аргументом проявів процесів економічної глобалізації є зростання ролі інтелектуальних ресурсів, переорієнтація світових ринків, організація світового ринку інформаційних технологій.*

*Встановлено, що за сучасних умов глобальний обмін інформаційними продуктами і 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. За експертними прогнозами, міжнародна конкуренція буде змінюватися з огляду на асиметрію зростання доходів в різних секторах світової економіки, в різних країнах, особливо в секторі високих технологій інформаційно-комунікаційних, енергогенеруючих, інтегрованих, біотехнологій. Більшість розвинутих країн і провідних корпорацій на світовому ринку прагнуть захистити власні комерційні інтереси, збільшити вплив на світову економічну кон'юнктуру, що, одного боку, передбачає необхідність кооперації у сфері світової політики, економіки з 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.*

*Ключові слова: глобалізація, інформаційний бізнес, міжнародні відносини, інтелектуальні ресурси.*

О.Г. МОРОЗОВА

Херсонский государственный аграрный университет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6501-3561>

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНФОРМАЦИОННО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО БИЗНЕСА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И МИРОВУЮ ПОЛИТИКУ

*В статье рассматриваются теоретические и организационно-практические аспекты глобализации международного информационного бизнеса.*

*Доказано, что в настоящее время особую актуальность приобрела проблема глобализации международного информационного бизнеса, которая обусловлена мимолетными изменениями в сфере высоких технологий.*

*Аргументировано, что в контексте глобализации международного информационного бизнеса усилилось неравенство экономического развития, обострилась международная конкуренция и перераспределение сфер политического и экономического влияния на мировых рынках. Важным аргументом проявлений процессов экономической глобализации является возрастание роли интеллектуальных ресурсов, переориентация мировых рынков, организация мирового рынка информационно-технологических технологий.*

*Установлено, что в современных условиях глобальный обмен информационными продуктами и услугами влияет на мировой спрос, координирует их производство, стимулирует инвестиции в информационно-коммуникационную индустрию, создают новые мощности для сотрудничества в различных сферах, вводятся новые технологии, интеллектуальные, високотехнологичные, которые определяют потенциал экономики будущего. По экспертным прогнозам, международная конкуренция будет меняться с учетом асимметрии роста доходов в различных секторах мировой экономики, в разных странах, особенно в секторе высоких технологий информационно-коммуникационных,*

энергогенерирующих, интегрированных, биотехнологий. Большинство развитых стран и ведущих корпораций на мировом рынке стремятся защитить собственные коммерческие интересы, увеличить влияние на мировую экономическую конъюнктуру, что одной стороны, предполагает необходимость кооперации в сфере мировой политики, экономики с и бизнеса, а с другой - учет интересов менее развитых стран для преодоления неравенства развития отдельных стран, поскольку такая асимметрия взаимно влияет и на экономические возможности ведущих экономик мира.

Ключевые слова: глобализация, информационный бизнес, международные отношения интеллектуальных ресурсы.

O.G. MOROZOVA

Kherson State Agrarian University

ORCID: <https://orcid.org/0000-002-6501-3561>

## GLOBALIZATION OF INTERNATIONAL INFORMATION AND INTELLECTUAL BUSINESS AND ITS INFLUENCE ON INTERNATIONAL RELATIONS AND WORLD POLICY

*The article considers theoretical and organizational-practical aspects of globalization of international information business.*

*It is proved that the problem of globalization of the international information business, which is caused by rapid changes in the field of high technologies, has become especially relevant today.*

*It is argued that in the context of globalization of international information business, inequality of economic development has intensified, which has exacerbated international competition and redistribution of spheres of political and economic influence in world markets. An important argument for the manifestations of economic globalization is the growing role of intellectual resources, the reorientation of world markets, the organization of the world market of information technology.*

*It is established that under modern conditions the global exchange of information products and services affects world demand, coordinates their production, stimulates investment in the information and communication industry, creates new capacity for cooperation in various fields, introduces new technologies, intelligent, high-tech, which determine economic potential. of the future. According to expert forecasts, international competition will change due to the asymmetry of income growth in different sectors of the world economy, in different countries, especially in the sector of high technology information and communication, energy generating, integrated, biotechnology. Most developed countries and leading corporations in the world market seek to protect their commercial interests, increase their influence on the world economic situation, which, on the one hand, implies the need for cooperation in world politics, economics and business, and, on the other - less developed countries to overcome the inequality of development of individual countries, as such asymmetry mutually affects the economic opportunities of the world's leading economies.*

*Keywords: globalization, information business, international relations of intellectual resources.*

### Постановка проблеми

Глобалізація міжнародного інформаційно-інтелектуального бізнесу, зумовлена швидкоплинними змінами у сфері високих технологій, посилила нерівність економічного розвитку, загострила міжнародну конкуренцію та перерозподіл сфер політичного і економічного впливу на світових ринках. На глобальному рівні стикаються інтереси і пріоритети могутніх транснаціональних корпорацій, учасників головних виробничих галузей міжнародного господарства. Проявами процесів економічної глобалізації є зростання ролі інтелектуальних ресурсів, переорієнтація світових ринків, організація світового ринку інформаційних технологій. Глобальний обмін інформаційними та інтелектуальними продуктами і 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. За експертними прогнозами, міжнародна конкуренція буде змінюватися з огляду на асиметрію зростання доходів в різних секторах світового економіки, в різних країнах, особливо в секторі високих технологій інформаційно-комунікаційних, енергогенеруючих, інтегрованих, біотехнологій. Більшість розвинутих країн і провідних корпорацій на світовому ринку прагнуть захистити власні комерційні інтереси, збільшити вплив на світову економічну кон'юнктуру, що, одного боку, передбачає необхідність кооперації у сфері світової політики, економіки з 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. Міжнародний інформаційний бізнес охоплює усі сфери виробництва та торгівлі продуктами та послугами у галузях промислової індустрії, телекомунікації, електронної комерції та Інтернет, інтелектуальної власності, мас-

медіа, реклами та рекламного сервісу, банківської та фінансової сфери, страхування тощо, це дає підстави розглядати міжнародний інформаційний бізнес як принципово нову глобальну економічну систему, в основі якої інтелектуальні ресурси та високотехнологічні виробництва продуктів і послуг поширюються на глобальних ринках. Розвиток інформаційного бізнесу у світі, динаміка розширення і різноманітність послуг ( послуги мобільної комерції та Internet, прикладного програмного забезпечення, інформаційного менеджменту, тощо) зумовлюють стимулювання міжнародної конкуренції.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

Важливу роль у дослідженні проблем глобалізації міжнародного інформаційного бізнесу відіграли праці відомих вітчизняних і зарубіжних учених-економістів: Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, М. А. Ожеван, М. М. Рижков, Н. С. Степанюк, Н. Г. Шкіль та ін. У працях цих та інших науковців достатньо глибоко досліджено закономірності глобалізації міжнародного бізнесу, швидкі зміни у сфері високих технологій, що зумовлюють загострення міжнародної конкуренції та перерозподіл сфер політичного і економічного впливу на світових інформаційних ринках. Водночас, зважаючи на стрімкий розвиток науки, виникають нові аспекти даного питання, які потребують подальших наукових пошуків.

#### **Формулювання мети дослідження**

Мета дослідження полягає в науковому обґрунтуванні питань впливу змін у сфері високих технологій, міжнародного інформаційного бізнесу, посилені нерівності економічного розвитку, що загострюють міжнародну конкуренцію та перерозподіл сфер політичного і економічного впливу на глобальному рівні, де стикаються інтереси і пріоритети могутніх транснаціональних корпорацій, учасників головних виробничих інформаційних галузей міжнародного господарства.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Тенденції міжнародного інформаційного бізнесу знаходять реалізацію на різних рівнях, виявляють особливості економічного розвитку та проблеми включення окремих регіонів і країн в процеси міжнародної інтеграції. Ринки інформаційного бізнесу ієрархічно становлять: світовий ринок інформаційних продуктів і послуг, регіональні ринки (європейський, північноамериканський, ринок країн Центральної і Латинської Америки, азійсько-тихоокеанський, панафриканський, близькосхідний, західноазійський, ринок СНД), національні інформаційні ринки. Глобальний ринок інформаційних продуктів і послуг характеризується значною нерівномірністю щодо представлення регіонів і країн: за останніми даними ЕІТО (Європейської обсерваторії інформаційних технологій), США займають 36% світового інформаційного ринку, Європа – 30% (на Східну Європу припадає менше 1%), Японія -11%, решта країн – 23%[1]. 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).

Узагальнено, що оборот світового ринку власне медіа у 2018 році, за дослідженнями Gartner, складає 465.724 млрд. дол., реклами - 471 млрд. дол., соціальних медіа- 10.3 млрд. дол. і має тенденцію не тільки повернення до кризового стану, а й до подальшого зростання, в сегменті соціальних медіа прогнозується зростання ринку у 2020 році до 14.9 млрд., а у 2021 році - до 29.1 млрд.; у сегменті реклами прогнозується зростання у 2020 році до 499.177 млрд., а у 2021 році – до 526.977 млрд. дол. Світовий ринок медіа, вважають експерти, відновлюється, хоча інтенсивність зростання уповільнюється через економічні коливання, природні катаклізми і політичні кризи, але дистанційні методи ведення бізнесу, надання послуг, а також споживання товарів та послуг населенням збільшується в умовах сьогодення. Виділяються мегакорпорації світового медіаринку AOL Time Warner, Walt Disney, Viacom, News Corporation, Bertelsmann тощо, транснаціональні медіахолдинги, чия діяльність охоплює спектр засобів масової інформації. Холдинги займають провідні позиції в світі у сфері медіа та розважальній індустрії (видавничі фірми, музичні компанії, компанії з поширення книг та аудіовізуальної і музичної продукції, теле- і радіостанції та виробництво телевізійних програм, сервісні медіа компанії, а також компанії з виробництва мультимедійних продуктів і ділової інформації).

Уточнено, що основні компанії: Bertelsmann є книжкове видавництво Random House; музична компанія BMG, одна з найбільших сервісних медіа компаній Argvato; видавець періодики компанія Gruner und Jahr, що займає провідні позиції в журнальному бізнесі; компанія з теле- і радіомовлення RTL Group,

компанія з поширення ділової інформації Bertelsmann Springer. Клієнтами книжкового й музичного клубу Bertelsmann є сорок один мільйон користувачів. Bertelsmann займає провідні позиції в Інтернет-бізнесі та є другою у світі компанією у секторі електронної комерції. Bertelsmann AG має свої відділення в 63 країнах світу. Слід зауважити, що Bertelsmann AG залишається єдиною із шести провідних медіа компаній світу, що є приватною й організована як закрите акціонерне товариство. News Corporation вважається однією з трьох мультимедіа-імперій світу: до корпорації входять американська телевізійна мережа The U.S. Fox broadcasting network, 22 телевізійні станції, які покривають понад 40% споживачів телевізійних послуг США, канал новин Fox News Channel, супутникова система British Sky Broadcasting, кіностудія Twentieth Century Fox, близько 132 газет, включаючи New York Post, The Times, The Sunday Times, The News of the World, News Limited Newspapers, The Sun, електронна версія газети «Жемінь Жибао», газета «Остреліан», 25 журналів, медіа компанія «Асахі медіабродкастинг», книжкове видавництво «HarperCollins Publishers», телекомпанії у США, Південній Америці, Азії, Європі, АТР тощо. Інформаційні продукти і послуги корпорації згруповані за такими сегментами ринку: телебачення, радіо, преса, книговидавництво, фільми і телепрограми, е-медіа, та ін. Активи компанії складають 40 млрд. дол. США, а щорічне зростання прибутків складає 15%, зокрема за рахунок виробництва і поширення фільмів та програмної продукції.

Важливим аргументом, є те що швидкий розвиток інформаційних технологій викликали глибокі зміни в структурі світової медіа індустрії. Уряди країн сприяють концентрації медіа компаній, запроваджуючи гнучкі норми щодо власності у сфері засобів масової інформації, а медіа компанії, сполучаючи стратегію злиття й поглинання зі стратегією інтернаціоналізації й диверсифікації, входять у суміжні інформаційні ринки. Телекомунікації є найбільш перспективним елементом світового ринку ІКТ. Мережі мобільного, бездротового, кабельного, фіксованого, Internet- зв'язку, охоплюють майже 90% населення світу. Впровадження нових технологій і продуктів впливає на збільшення обсягів та підвищення якості сервісу телекомунікації, а потенціал розвитку мереж нового покоління включає злиття стільникового зв'язку з мобільним Internet з ширококутовим сервісом, мобільний broad-доступ, високошвидкісну передачу інформації, глобальний роумінг, то ін.)[2].

Нові послуги зв'язку надають практично необмежені можливості доступу до інформаційних ресурсів глобального значення, в тому числі і через Internet. У 2019 році, за даними Infoneticks Research, обсяг світового телекомунікаційного ринку перевищить 1.86 трлн. Дол. США, а до 2021 року очікується зростання ринку до 2.4 трлн. Перше місце у сфері телекомунікації на світовому ринку займає США (35%), Європа (30%), Японія(14%), Китай та інші країни (21%), а лідерами є корпорації British Telecom, France Telecom, Deutsche Telekom, AT&T, NASDAQ SATS, Hughes Network System, Telmex+Telcel, China Mobila, Telia Sonera, Level 3 Communications, Capital City Service. Корпорації надають корпоративним замовникам, приватним особам та іншим операторам послуги телефонного зв'язку, бездротового зв'язку, швидкісного Інтернет- доступу, бізнес-пейджингового зв'язку, передачі мультимедійної інформації, передачі даних, послуги цифрового та кабельного телебачення, послуги електронної пошти та програмного забезпечення для зв'язку; телефони та офісне обладнання; Call packages, диверсифіковані за ціною і набором послуг пакети користування телефонним зв'язком; сотові мережі для невеликих компаній; мережеві технології для бізнесу(грід-технології), аутсорсінг обробки та аналізу інформації. Для великих фірм пропонується забезпечення та обладнання для аудіо- та відео конференцій; забезпечення локального зв'язку компанії та зв'язку з клієнтами; засоби інформаційної безпеки, веб-хостінг; послуги зі створення та обслуговування мережевої інфраструктури, системи телефонії. Телекомунікаційні компанії, забезпечуючи широкий спектр телекомунікаційних послуг, інвестують науково-технічні дослідження, розробки принципово нових мереж зв'язку глобального значення, що забезпечує їм провідну роль у встановленні стандартів телекомунікації для світового ринку телеоператорів. Зростання світового ринку телекомунікаційних продуктів та послуг у 2019 році та на перспективу до 2021 року свідчить, що провідні ТНК займають найбільший сегмент ринку і складають відповідно 54,2% та очікується зростання до 82%. [3]

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 2019 рік складають сектори: IT-сервісу, комп'ютерного обладнання; обладнання для мереж передачі даних; комунікаційного обладнання кінцевого користувача; офісного обладнання. Обсяг ринку становить 846 млрд. дол., що на 6.6% більше, ніж у 2018 році, зокрема найбільше зростання прогнозується в сегменті обчислювальних та апаратних засобів на 11, 7%.

Перехід фірм на «хмарну» модель обчислень і розвиток сервісів сприяє зростанню ринку ІКТ. За підрахунками IDC і Gartner, у 2018 році ринок «хмарних» обчислень склав 21,5 млрд. дол., а на

перспективу 2020 рік Gartner прогнозує зростання до 54 млрд. дол., IDC — 44 мли. У перспективі 2021 року Gartner прогнозує зростання ринку «хмарних» технологій до 150 млрд. дол, IDC – до 73 млрд., проте усі світові агентства впевнені у рості попиту на «хмарні» технології. За думкою експертів та фахівців протягом чотирьох-п'яти років більше 60% світової інформації виявиться не на персональних комп'ютерах у користувачів, а в цифрових «хмарах» — на вилучених серверах сервіс-провайдерів, а інвестиції в «хмарні» технології складуть майже 50% капіталовкладень у весь ринок ІКТ. Сегмент інформаційної безпеки у 2019 році становить у грошовому обчисленні 36 млрд. дол., а 2021 року очкується зростання сегменту до 49 млрд., зокрема під сегмент ІТ-менеджменту сягне 15 млрд., консалтингу 12,5 млрд., розробок та інтеграції – 14,4 млрд. Компаніям, які обіймають 45% ринку ІКТ, експерти вважають Symantec (18,9% ринку інформаційної безпеки), McAfee ( 10,4%), Trend Micro (6%), IBM (4,9%), EMC (4,1). За прогнозами, ринок сервісу програмного забезпечення захисту даних буде постійно зростати, а продукти для контролю доступу, які у 2019 році складають 8% ринку, у 2020 році принесуть понад 12 млрд. дол. Основними ж трендами 2019 року і на перспективу аналітики IT Business week визнають інноваційні технологічні розробки, які виявлять себе на повну потужність з 2018 року. [4]. Світовий ринок приладобудування для ІКТ включає в себе виробництво мікропроцесорів і мікросхем, виробництво готових цифрових модулів і мереж, виробництво систем штучного інтелекту для різних галузей світового господарства, виробництво різноманітних ІТ-пристроїв, а також пристроїв для зв'язку, установки для передачі даних, та ін. Загальний обсяг ринку, за даними експертів, складає понад 980 трлн. дол., США займають 34% світового ринку, Європа 40%, Японія-14%, всі інші країни – 15%. За прогнозами Gartner, сукупний дохід ІТ-індустрії 2019 році становитиме 3,5 трлн. дол.[5]

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 ІТ 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.

Корпорація Siemens пропонує HiPath від Siemens нові послуги, програми й апаратне забезпечення для безпечного й економічного комунікаційного оточення в компаніях; комп'ютери і механізми, готові до мобільної комунікації «машина-машина» завдяки новітнім технологіям «бездротові модулі», модулі і термінали, загальну комплексну інтеграцію, консалтинг, а також універсальні рішення «машина-машина»; телекомунікаційні пристрої для будинків й офісів: бездротові телефони, ISDN телефони, швидкісний Інтернет, прикладні програми для приватних розваг (home entertainment), аксесуари; мобільні телефони компанії Ben Mobile, всі аксесуари, відновлення програмного забезпечення, додаткові програми. Досвід і збалансований портфель комунікаційних рішень фірми Siemens надає унікальну позицію на висококонкурентному ринку вона має більше велику кількість клієнтів у 80 країнах світу, а 70% всесвітньо відомих компаній користуються її рішеннями (BMW, Daimler Chrysler, Deutsche Bank, Ford, IBM, Kodak, SAP, BP і Volvo, а також значна кількість компаній малого і середнього бізнесу.) Продукти компанії Siemens відповідають будь-яким потребам бізнесу або сфери економіки і оскільки кожен сегмент споживає свої особливі продукти, компанія Siemens вводить ноу-хау в інформаційні і комунікаційні технології залежно від потреб окремо взятого клієнта. [6]

Світовий ринок комунікативних продуктів та технологій ділової аналітики пропонує такі послуги, як кризовий, політичний, урядовий, комерційний, корпоративний, фінансовий, промисловий, Internet-PR, технології брендингу, інвестиційного іміджування (IR), лобювання та GR, ділової та фінансової аналітики, репутаційного та антикризового менеджменту, кредитно-довідкового бізнесу тощо. На світовому ринку комунікативних технологій частка США складає 29%, Європи - 32%, Японії - 15%, решти світу - 24%. Розвитку ринку комунікативних технологій та його стратегія враховує сприятливу ринкову кон'юнктуру, тенденції діяльності провідних компаній, зокрема, Barson Marsteller, Weber Shandwick, Edelmarm PR World Wide, Hill&Knowlton, Grey Global Group, Ogilvy Public Relfnions Worldwide, Fleishman-Hillard, Financial Dynamics, The Brunswick Group, співпраця яких забезпечує високі прибутки на ринку інформаційних технологій, створення новітніх форм і структур, здатних конкурувати на світових ринках . Прибутковим бізнесом на ринку комунікативних технологій вважається GR та ефективний спрямований вплив на прийняття рішень владними структурами в інтересах виробничих, комерційних, фінансових груп та неурядових організацій. Проекти комунікації GR та лобювання виявляють свою конкурентоспроможність на всіх рівнях (глобальному, регіональному і національному). [7] Новітня практика послуг лобювання охоплює: лобкомунікації та безпосередню участь у парламентських засіданнях, офіційні та неофіційні комунікації з урядовими структурами; колегіях відповідних до інтересів урядових та спеціалізованих відомств; консалтинг при підготовці

законопроектів; імідування представництв уряду та бізнесових структур на міжнародних форумах; вплив на прийняття рішень через громадські опитування і засоби масової комунікації; організацію та моніторинг бізнесових пропозицій; фінансування виборчих кампаній.

#### Висновки

У статті доведена важливість аналітики подій та тенденцій змін на світовому ринку високих технологій, міжнародного інформаційного бізнесу. Виявлено, що на глобальному рівні стикаються інтереси і пріоритети могутніх транснаціональних корпорацій, учасників головних виробничих інформаційних галузей міжнародного господарства.

Наведена ґрунтовна характеристика комунікативно-інформаційних технологій, що мають стабільний попит і високий комерційний рейтинг серед провідних комерційних та фінансових структур. До комунікативно-інформаційних послуг звертаються відомі корпорації (Microsoft, Sun Microsystems, Vodavon, LG, Samsung тощо), державні та невеликі фірми, які потребують послуг системної аналітики, інтерпретацій та прогнозування в галузях високих технологій. стрімко зростає попит на PR-послуги у комерційній та фінансовій сфері міжнародної співпраці, яке здійснюється за допомогою наукових соціологічних досліджень, розробки програмних стратегій.

Новітні технології модифікують методи фінансового бізнесу, сприяють його відкритості для суспільства, уможливають оперативне інформування на світовому рівні і використання інформаційних розробок та послуг для ефективних фінансових операцій. Основне місце на світовому ринку фінансової аналітики відіграє ТК Reuters, 93% діяльності якої припадає на постачання фінансової інформації та продаж інформаційних продуктів і послуг. Її діяльність поширюється на 98 країн світу за такими напрямками, як збір та надання бізнес-інформації для глобальних і локальних мереж, забезпечення потреб мережевих фінансових ринків, підготовка спеціалізованої фінансової інформації для професійних аналітиків поза фінансовими ринками, поширення ділової інформації через засоби комунікації.

#### Список використаної літератури

1. Ділова активність підприємців у малому бізнесі Хмельницької області / Н. С. Степанюк // Вісн. Технол. ун-ту Поділля. Екон. науки. - Хмельницький, 2000. - № 3, ч. 1 (спец. вип.). - С. 71-73.
2. 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.
3. Європейські комунікації: політичні, економічні, правові, безпекові, дипломатичні, суспільні та культурні аспекти : моногр. / Є. А.Макаренко, М. А. Ожеван, М. М. Рижков. - К. : Центр віл. преси, 2007. - 535 с. - (Інформ. сусп-во, політика, право).
4. Міжнародний бізнес в контексті національних вимірів [Електронний ресурс] / Н. Г. Шкіль // Економічний форум. - 2014. - № 2. - С. 35-39. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor\\_2014\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2014_2_8) (дата звернення: 25.06.2020).
5. Міжнародний інформаційний бізнес: структура, ієрархія ринків, класифікація продуктів і послуг [Електронний ресурс] / Є. Макаренко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2012. - Вип. 105(2). - С. 88-96. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv\\_2012\\_105\(2\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_105(2)) (дата звернення: 25.06.2020).
6. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні бізнесом у нових економічних реаліях (міжнародний аспект) [Електронний ресурс] / А. М. Готун // Наукові праці МАУП. - 2015. - Вип. 45. - С. 109-112. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup\\_2015\\_45\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2015_45_22) (дата звернення: 25.06.2020).
7. Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект [Електронний ресурс] / К. О. Макаруч // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. - 2013. - № 1086, вип. 2. - С. 28-31. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv\\_2013\\_1086\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2013_1086_2_6) (дата звернення: 25.06.2020).

#### References:

1. Stepaniuk N.S. (2000) Dilova aktyvnist pidpryyemtsiv u malomu biznesi Khmelnytskoyi oblasti Business activity of entrepreneurs in small business of Khmelnytsky region [Business activity of entrepreneurs in small business of Khmelnytsky region] *Visn. Technol. University of Podillya. Econom science. Khmelnytsky*, vol. 3, no. 1, pp. 71-73.
2. Gubersky L.V.(1998) Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn. [Current issues of international relations]. Kiev. Univ. T.Shevchenka. Inst. Of International relations. vol. 6, no. 1, p. 172.
3. Makarenko E.A., Ozhevan M.A., Ryzhkov M.M. (2007) Yevropeyski komunikatsiyi: politychni, ekonomichni, pravovi, bezpekovi, dyplomatychni, suspilni ta kulturni aspekty : monohrafia [European communications: political, economic, legal, security, diplomatic, social and cultural aspects]: monograph. / . Kiev: Centre Press. (in Ukraine)

4. Shkil N.G. (2014) Mizhnarodnyy biznes v konteksti natsionalnykh vymiriv [International business in the context of national dimensions] *Economic Forum*. vol. 2, pp. 35-39. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor\\_2014\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2014_2_8) (accessed 25 Juny 2020)
5. Makarenko E. (2012) Mizhnarodnyy informatsiynyy biznes: struktura, iyerarkhiya rynkiv, klasyfikatsiya produktiv i posluh [International information business: structure, hierarchy of markets, classification of products and services] // *Actual problems of international relations*. (electronic journal). vol. 105, no. 2 pp. 88-96. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv\\_2012\\_105\(2\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_105(2)) (accessed 25 Juny 2020)
6. Gotun A.M. (2015) Vykorystannya informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy v upravlinni biznesom u novykh ekonomichnykh realiyakh (mizhnarodnyyaspekt) [The use of information and communication technologies in business management in new economic realities (international aspect)] // *Scientific works of IAPM* (electronic journal) vol. 45, pp. 109-112. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup\\_2015\\_45\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2015_45_22) (accessed 25 Juny 2020)
7. Makarchuk K.O. (2013) Mizhnarodnyy biznes v umovakh hlobalizatsiyi: teoretychnyy aspekt [International business in the context of globalization: a theoretical aspect] *Visnyk of Kharkiv National University named after V.N. Karazin* (electronic journal) vol. 1086, no. 2, pp. 28-31. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv\\_2013\\_1086\\_2\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2013_1086_2_6) (accessed 25 Juny 2020)