

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ В УКРАИНЕ

А.С. Телетов, А.В. Анчурава

Актуальность проблемы развития информационного маркетинга в Украине обусловлено постепенным переходом от плановой экономики к рыночной.

Под информационным маркетингом понимают вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей и спроса юридических и физических лиц (информационные продукты и услуги - ИПУ), осуществляемое на коммерческой основе. К его основным заданиям относятся мониторинг информационных ресурсов, организация их поступления, обработка информации и создание на ее основе ИПУ. Сегодня можно говорить о существовании в Украине определенного рынка информационных продуктов и услуг.

Рынок ИПУ – совокупность экономических, правовых, социально-психологических, административных и организационных отношений относительно производства и купли-продажи ИПУ. Анализ состояния рынка ИПУ в Украине и специфики его формирования позволяет отметить ряд тенденций:

1. Рынок ИПУ является одним из наиболее динамичных в Европе и во всем мире.
2. Темпы развития рынка ИПУ одновременно являются условием и результатом общего состояния и темпов развития экономики страны.
3. Вхождение Украины в мировое сообщество неотъемлемо от интеграции с единым информационным пространством и в значительной мере зависит от темпов этого процесса.
4. Существующие ограничения к доступу информации и несоответствие последней международным стандартам качества является значительным препятствием на пути иностранных инвестиций, товаров и услуг.
5. Формирование украинского рынка ИПУ находится на начальной стадии и характеризуется низким уровнем структурированности, прежде всего по специализации услуг и распределению сфер деятельности.

Деятельность по информационному маркетингу наиболее эффективно можно реализовать посредством разработки соответствующих маркетинговых программ (рис. 1). Целью реализации такой программы является выявление существующих потребностей и потенциальных потребителей, формирование ассортимента ИПУ с соответствующими

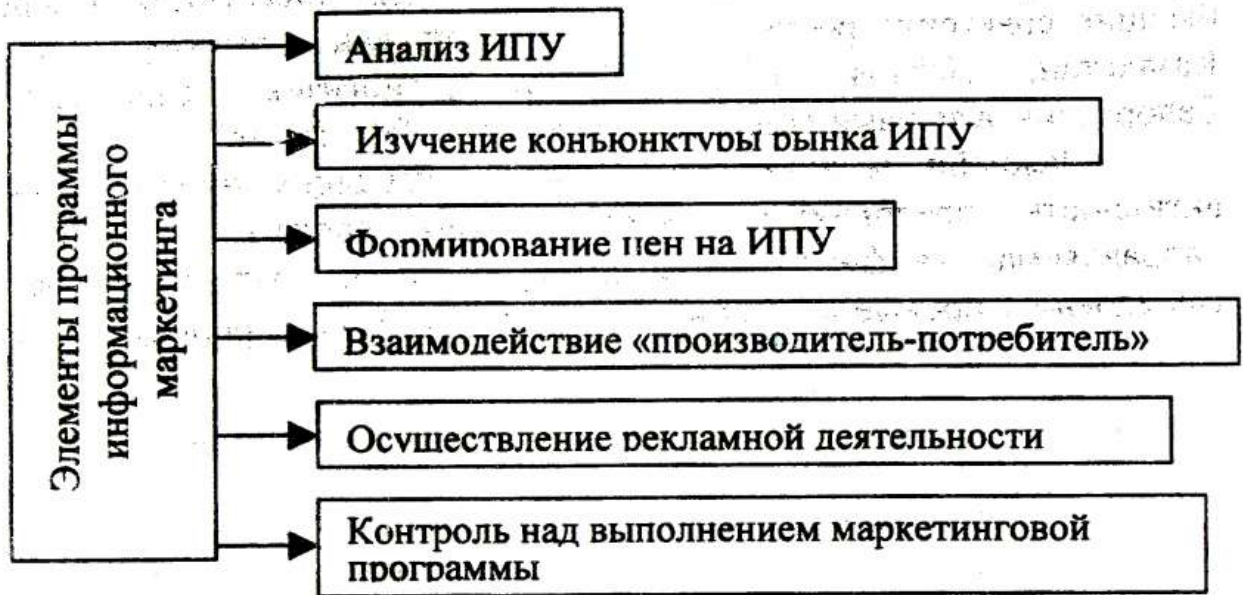


Рис. 1 Элементы программы информационного маркетинга

потребительскими свойствами, проведение расчетов эффективности производства ИПУ, определение рыночных ниш, направлений и средств сбыта.

Развитие маркетинга информационных продуктов и услуг в Украине целесообразно сориентировать в следующих направлениях:

1. Значительное расширение использование Интернет для создания баз и банков данных с коммерческой информацией.
2. Создание национальных баз и банков данных с целью изготовления ИПУ, формирования разветвленной сети баз данных.
3. Определение направление и объектов сбыта.
4. Реорганизация существующих региональных государственных центров научно-технической и экономической информации в коммерческие структуры, которые занимались бы информационно-консалтинговой деятельностью.
5. Превратить УкрИНТЭИ в национальных центр информационных ресурсов и технологий.
6. Дальнейшее развитие информационной правовой базы, включая информационное обеспечение маркетинга.

Таким образом, учитывая экономический и научный потенциал Украины, в ближайшей перспективе после осуществления ряда программ информационного маркетинга можно ожидать создание здесь рынка ИПУ, аналогичного по значимости и прибыльности соответствующим рынкам стран Европы.