

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА УКРАИНЫ

В.С. Кузнецов

Донецкий национальный университет
Украина, г. Донецк

Стремительный рост спроса на все виды информации, а также повышение требований к содержанию и формам предоставляемых данных являются серьезными стимулами развития рынка информационных продуктов и услуг. В Украине становление и развитие информационного бизнеса как сферы предпринимательской деятельности, связанной с разработкой, производством и распространением информационных продуктов и услуг происходит сложно ввиду отсутствия теоретических исследований и практических разработок по вопросам формирования рынка информационных продуктов и услуг, общего отставания Украины от мирового уровня в создании программных продуктов. Решение проблемы развития рынка информационных продуктов и услуг в Украине требует, в первую очередь, изучения специфики рынка информационных продуктов и услуг Украины.

Рынок информационных продуктов и услуг основан на наличии комплекса факторов, связанных с производством, потреблением, хранением, обработкой, передачей информации. Особенности рынка информационных продуктов и услуг заключается в том, что процесс создания и продвижение информационного продукта постоянно изменяется, с одной стороны, под влиянием требований инновационной экономики и её рыночного спроса, а с другой стороны, под влиянием предложения, которое для некоторых видов информационных продуктов опережает спрос.

Таким образом, при управлении маркетинговой деятельностью предприятия в сфере информационного бизнеса Украины необходимо, прежде всего, учитывать факт маркетингового давления на первичный спрос, особенно на стадиях его формирования, когда он является расширяемым.