

Передавання інформації “з уст в уста” є надзвичайно важливим атрибутом процесу дифузії інновації, проте спеціалісти з маркетингу не в змозі суттєво впливати на цю змінну. В цьому аспекті доцільно звернути увагу на такі фактори успіху інновації:

- характеристики товару;
- маркетингові заходи, що супроводжують інновацію на ринок;
- конкурентоспроможність та репутація постачальника;
- стандартизованість технології;
- ступінь взаємозв'язку між учасниками каналів розповсюдження;
- ступінь взаємозв'язку між джерелами дифузії тощо.

Ці фактори можуть суттєво впливати на швидкість розповсюдження нового товару. Для підприємства вони є контрольованими і тому, безперечно, варті ретельної уваги при прогнозуванні процесів дифузії інновації.

1. Котлер Ф., Амстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. *Основы маркетинга: Пер. с англ.* – 2-е европ. изд. – К.; М.; СПб, 1998. 2. Питер Р. Диксон. *Управление маркетингом / Пер. с англ.* – М., 1998. 3. Энджел Д. *Поведение потребителей / Пер. с англ.* – СПб, 1999. 4. Norton J.A., Bass F.M. *A Diffusion Theory Model of Adoption and Substitution for Successive Generation of High Technology Products.* – 1987. – № 33. – P. 1068–1069.

УДК 330

Н.О. Шпак

Національний університет “Львівська політехніка”

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

© Шпак Н.О., 2000

Дано економічну оцінку інвестицій в інформаційні технології, зокрема у розвиток і поширення мережі Internet в Україні. Статистичний матеріал доповнено рекомендаціями щодо організаційних заходів.

The article is devoted to an economic estimation of the investments in information technologies, in particular, – in development and distribution of a network Internet in Ukraine. The statistical material is complemented by the recommendations concerning organizational measures.

Інтеграція молодшої незалежної держави України в світове співтовариство є основою для розвитку стійких демократичних засад. Створення відповідних інформаційних і комунікаційних інфраструктур є ключовим аспектом у цьому процесі. У зв'язку з цим в Україні в найближчий час одну з основних ролей буде відігравати міжнародна мережа Internet. Її розвиток сприятиме підвищенню життєвого рівня в нашій державі, прискоренню процесу інтеграції України в європейське товариство. Все це спонукає до детального вивчення і аналізу прогресу в розвитку мережі Internet в Україні.

Успіхи розвитку Internet-технологій в тій чи іншій державі залежать від таких визначальних факторів, як: наявність телекомунікаційної інфраструктури, висококваліфікованого

технічного персоналу, вимогливих користувачів, мережевого обладнання у провайдерів і споживачів, а також зацікавленого, сприятливого уряду [1]. Як відомо, інвестиції в інформаційні технології, особливо в розвиток мережі Internet, приносять великі прибутки. Як зазначено в роботі [2], інвестиції в компанії, пов'язані з мережею Internet, мають найвищі темпи приросту порівняно з будь-яким іншим промисловим сегментом. Доларові інвестиції в Internet-технології приносять 103 % прибутку порівняно із 27 % в інших галузях промисловості, включаючи й інвестиції у високі технології.

Однак інвестиційні процеси в нових незалежних державах розвиваються досить повільно через низку об'єктивних і суб'єктивних причин. Тобто об'єктивний аналіз інвестиційного клімату для розвитку Internet-технологій в Україні, об'єктивних і суб'єктивних причин, що гальмують цей розвиток та шляхів їх подолання є основою майбутніх успішних інвестицій.

Мережа Internet на початковому етапі формувалася в Україні спонтанно і хаотично. Вона розвивалася завдяки молодим ентузіастам, які надалі очолили відомі українські компанії по наданню доступу в мережу Internet. Сьогодні в Україні є офіційно визнаний і зареєстрований в 1998 році організацією ISP RIPE NCC “великий” Internet-сервіс-провайдер (ISP)-компанія Lucky Net, яка працює на ринку Internet-послуг з 1994 року, 6 компаній, що мають статус “середні” і 9 компаній, що мають статус “малі” [3]. Є в наявності також близько 200 субпровайдерів, які працюють безпосередньо через канали, виділені вищезгаданими потужними провайдерами. Звичайно, ціни на Internet-послуги, що надаються такими субпровайдерами, дещо вищі, ніж у “великих” і “середніх” Internet-провайдерів.

Чи достатня така кількість Internet-провайдерів для країни, яка за площею і чисельністю населення приблизно дорівнює Франції ? Звичайно, ні. Наприклад, тільки в одній Великобританії наявні 100 “великих” і “середніх” Internet-сервіс-провайдерів [4]. За результатами маркетингових досліджень, проведених компанією Ukrainian Marketing Group (UMG), вияснилося, що в Україні налічується 130000–150000 офіційно підключених до мережі Internet-абонентів, більша частина яких – корпоративні (90000–100000), менша – приватні (40000–50000) [5]. Якщо врахувати, що одним підключеним до мережі Internet комп'ютером користуються декілька осіб, то реальна кількість користувачів значно вища – 850000–950000, з них корпоративні – 770000–84000, приватні – 80000–110000 (рис. 1).



Рис. 1. Ринкові сегменти користувачів мережі Internet в Україні

При цьому 30–40 % всіх користувачів зосереджені в столиці України – м. Києві, а поза великими містами знаходиться дуже небагато користувачів мережі Internet. Значна більшість компаній (88,5 %) використовує Internet для роботи в режимі он-лайн, 11,5 % – в режимі офф-лайн. У середньому користувачі проводять в мережі Internet 15 годин на тиждень.

При виборі компанією чи приватним користувачем того чи іншого провайдера визначальним фактором є оптимальне співвідношення вартості послуг, якості зв'язку і швидкості передачі даних [5, 6] (рис. 2).

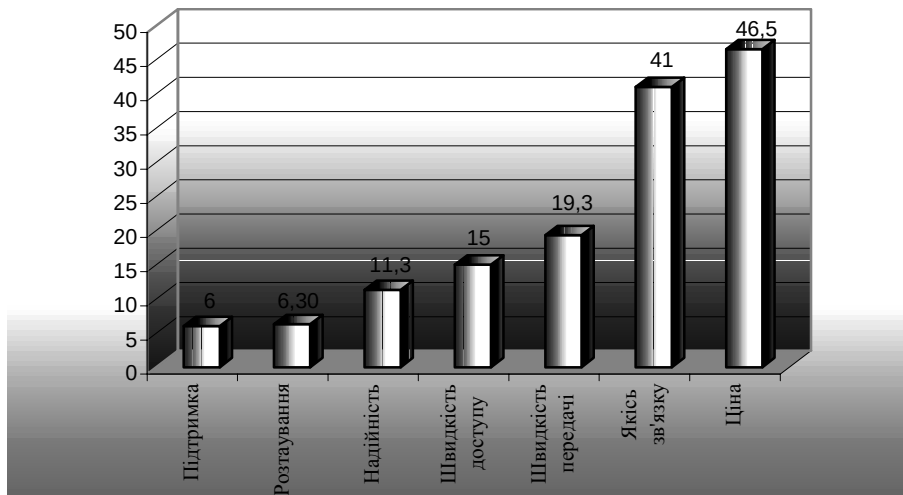


Рис. 2. Основні визначальні фактори при виборі Internet-провайдера (за матеріалами журналу “Мир связи и информатики”, № 4, грудень 1999 р.)

Що ж з економічної точки зору українські користувачі мережі Internet мають сьогодні? Перш за все, дуже високі ціни на Internet-послуги. Зокрема, місячна оплата за канал в 2 Мб/с в 50 разів перевищує вартість подібних послуг в США, dial-up сервіс (доступ в мережу Internet за додзвонем) при максимально можливій швидкості 33,6 Кб/с (телефонні лінії в Україні в основному аналогові, є проблема “останньої милі”) коштує у різних провайдерів від 0,5 до 1,5 дол. США в годину. Крім цього, користувач платить близько 0,6 дол. США в годину за використання телефонної лінії. Невелика кількість провайдерів надає необмежений доступ (dial-up сервіс) за 50–60 дол. США на місяць. Це при тому, що сьогодні середня місячна зарплата в Україні не перевищує 40 доларів США. Для порівняння, в західному регіоні США ціна за необмежений доступ до мережі Internet (dial-up сервіс) при швидкості 56 кб/с становить від 5,95 до 35 дол. США на місяць [7, 8], в Європі, наприклад, у Франції – 12–15 дол. США на місяць. Крім цього, в Європі в останній час дуже широко розповсюджується безплатний Internet-сервіс. Він можливий сьогодні у Франції (15 безплатних Internet-провайдерів в 1999 році), Іспанії, Великобританії і Німеччині. Ринковий лідер і найбільш успішний Internet-провайдер безплатного доступу - це компанія Freeserve [4]. Але все це, на жаль, існує не в Україні, а в Західній Європі.

Високі ціни на Internet-послуги завдають збитків не тільки фінансовому стану провайдерів цих послуг, які мусять обмежувати свій прибуток рамками різниці між собівартістю (досить високою) і ціною послуг, щоб запропонувати Internet-сервіс за ціною, доступною для споживача, але також фінансовому стану університетів та інших некомерційних органі-

зацій, які не можуть дозволити собі сервіс міжнародного рівня, необхідний для них. Оглядаючись назад, тепер можна вже проаналізувати помилки, допущені при розвитку мережі Internet в Україні. Як відомо, Internet у своєму розвитку проходить однакові фази в кожній з країн, що знаходяться на початковому рівні використання даної мережі. У деяких країнах ці фази змінюються дуже швидко, в інших є окремі інтервали тривалістю декілька років перед кожним з наступних кроків. Як правило, фаза розвитку “академічного” Internet передуює фазі “комерційного” Internet. Однак, не завершивши першу фазу розвитку, в Україні була здійснена спроба штучно прискорити розвиток “комерційного” Internet за відсутності відповідної інфраструктури та при явній монополізації системи телекомунікації. Із самого початку Internet в Україні був орієнтований на використання дорогих європейських сателітарних каналів. Зокрема, перша супутникова антена у м. Львові була встановлена в 1993 р. (вона досі єдина у м. Львові) і орієнтована на використання шведського супутника. Джерелом фінансування цього проекту був міжнародний грант. Проте на даному етапі час фінансових підтримок і грантів для нашої держави в цій сфері минув. Так, фінансування Internet-програми в рамках фонду Джорджа Сороса було перервано на початку 1999 р.

Але, незважаючи на сьогоднішні економічні труднощі, Україна має потужний висококваліфікований людський потенціал. Завдяки цьому за останні два роки значно збільшилась кількість домашніх комп’ютерів, підключених до мережі Internet, росте мережа Internet-кафе. Досить успішно розвивається Internet-телефонія, прокладаються оптоволоконні магістралі, монтуються цифрові АТС. Ринок Internet-послуг в Україні стає все більш привабливим для інвестицій. Проте розвиток Internet-сервісу в Україні переважно залежить від комерційних інвестицій, оскільки уряд не надає цій сфері фінансової допомоги, хоча, як зазначено в [9], у випадку надання такої могла б бути отримана достатня економічна і соціальна вигода. А так річні витрати на розвиток інформаційних технологій в Україні на душу населення порівняно з іншими країнами (рис. 3) зовсім незначні і не перевищують 3 € [10].

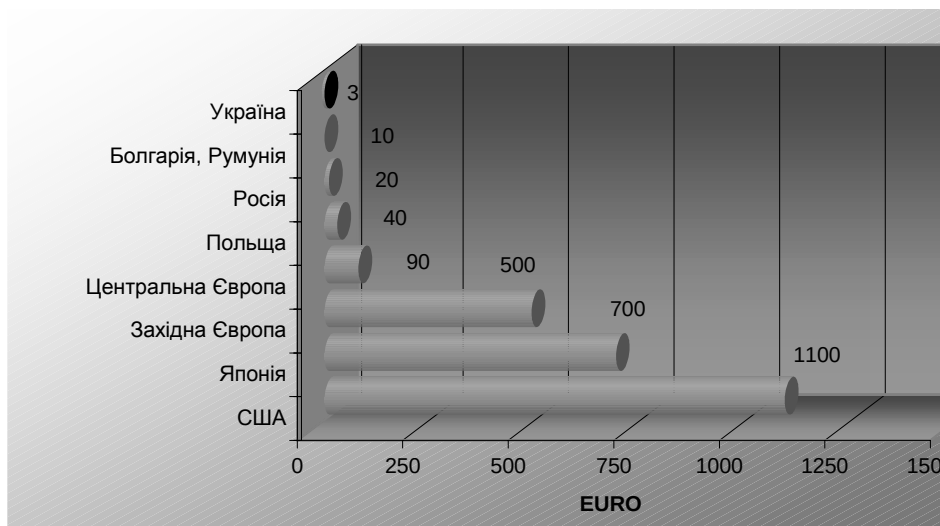


Рис. 3. Річні витрати на душу населення на розвиток інформаційних технологій в Україні порівняно з іншими країнами світу

Якщо у сфері освіти і науки використання Internet постійно зростає, то швидкого розвитку електронної комерції в Україні найближчим часом чекати не доводиться (в усякому разі, в її західних областях). Це порівняно новий вид Internet-послуг в Україні. Про

такий вид послуг знає 79,3 % користувачів, а 56,3 % користувачів зацікавлені в такого роду послугах. Однак одним із факторів, які стримують розвиток електронної комерції, є те, що більшість фірм (63,5 %) не мають власних веб-сайтів, а 33,1 % фірм навіть не зацікавлені в створенні власного веб-сайта. Незважаючи на те, що деякі фірми витрачають на рекламну кампанію приблизно 10 % прибутку, тільки деякі з них витратили незначну частину свого доходу на створення веб-сайта і домашньої веб-сторінки. Дещо інша ситуація спостерігається в східному регіоні України. Це регіон з більш розвинутою електронною комерцією. Зокрема, в м. Запоріжжя створено віртуальний торговий ряд [12]. Інформаційні провайдери спробували створити віртуальне відображення ринку східного регіону України. Основна ідея цього сайту – зібрати в одному місці інформацію про різноманітні товари, ціни і послуги, надати користувачу можливість зробити замовлення і отримати рахунок.

Отже, можна зробити висновок, що розвиток сфери Internet в Україні гальмують дві основні причини. *Перша* – висока ціна доступу, *друга* – недостатньо розвинута інфраструктура і постійні спроби монополізувати Internet-сервіс. Ліквідувати ці причини, а отже, допомогти розвитку Internet в Україні, можна за допомогою системи організаційних, технологічних заходів та законодавчого базису.

Організаційні заходи

Для успішних інвестицій в розвиток Internet в Україні в першу чергу потрібно:

- створення спільних підприємств разом з іноземними Internet-сервіс-провайдерами;
- орієнтація на використання американських каналів супутникового зв'язку як більш дешевих;
- встановлення цін доступу в Internet по додзвону (dial-up) в розумних межах (наприклад, при швидкості доступу 33,6 біт/с ціна не повинна перевищувати 15–20 \$ США на місяць при необмеженому доступі).

При цьому необхідно:

Змінити орієнтацію з державних або великих компаній, які давно працюють на ринку Internet-послуг, на підприємства малого і середнього бізнесу (позитивний досвід країн Західної Європи в розвитку і підтримці таких фірм вже є). Це найбільш перспективний сектор економіки України, який налічує близько 150 тисяч працюючих підприємств. Ці підприємства активно розвиваються, отже, не можуть не вкладати гроші в розвиток своїх інформаційних систем. Альтернативне рішення – створення мережі спільних підприємств малого і середнього бізнесу.

Не змішувати економіку і політику. Європейські і американські інвестори “залякані” так званою “нестабільною політичною обстановкою” в Україні. Це типова суб’єктивна причина, що стримує інвестиційні процеси, хоча Україна як незалежна держава існує вже більше 8 років і цілеспрямовано проводить політику демократичної країни з метою інтеграції в Європейське Співтовариство. Зарубіжні ж засоби масової інформації досі лякають потенційних інвесторів “нестабільністю ситуації”. Скоріше за все, об’єктивна причина полягає в помилковому з самого початку бажанні призупинити “ізовні” розвиток високих технологій в Україні і перетворити її в примітивного споживача вже існуючих інформаційних технологій. Якщо з країнами третього світу це і можливо, то така стратегія відносно однієї з найбільш інтелектуально розвинутих республік колишнього Радянського Союзу – явна помилка. На щастя, багато зарубіжних інвесторів це зрозуміли, і в першу

чергу це ті, хто почав вкладати кошти саме в розвиток інформаційних технологій в Україні. Свідчення тому – зростаюча мережа американських, австралійських, німецьких компаній, що ведуть в Україні розробки в галузі інформаційних технологій (переважно програмного забезпечення). Досвід вже є. Важливо для інвесторів уникнути помилок. Практика показує, що достатньо дотримуватися простих правил організації бізнесу, враховуючи деякі специфічні особливості економіки країни. Основні з них:

Персональний контроль інвестованих сум. Цьому сприяє наявність в Україні мережі надійних комерційних банків.

Краще інвестувати не крупними сумами і не на тривалі терміни, а невеликими “ін’єкціями”, наприклад, щомісячними, в конкретні малі і середні підприємства. Так простіше уникнути ризику.

Постійна присутність представника інвестора – менеджера, в інвестованій фірмі для контролю діяльності підприємства і витрат грошових засобів.

Запорукою успішних інвестицій також будуть очікувані зміни в податковому законодавстві України (прийняття Податкового кодексу).

Технологічні заходи

Широке використання радіомодемних ліній зв’язку як альтернативи виділеним телефонним лініям (ціна такої лінії в Україні становить приблизно 200\$ США на місяць) буде сприяти успішному розвитку Internet в нашій державі.

Для пришвидшення доступу в Internet доцільно ширше використовувати кабельні модеми. Це також є нагальною технічною необхідністю. Кабельні модеми забезпечують швидкості передачі в 500 разів вищі, ніж модеми, які працюють з традиційними телефонними лініями і забезпечують користувачам доступ в Internet через телевізійний кабель. Так, провайдери кабельного телебачення планують охопити практично всі житлові будинки в одномільйонному місті Львові до кінця 2000 року. Наступний крок у цьому напрямі очікується від Internet-сервіс-провайдерів і інвесторів.

Законодавчий базис

Успішна реалізація на практиці організаційних і технологічних мір повинна базуватися на надійному законодавчому базисі. Верховна Рада вже прийняла міри, які призначені для стимулювання і захисту зарубіжних інвестицій.

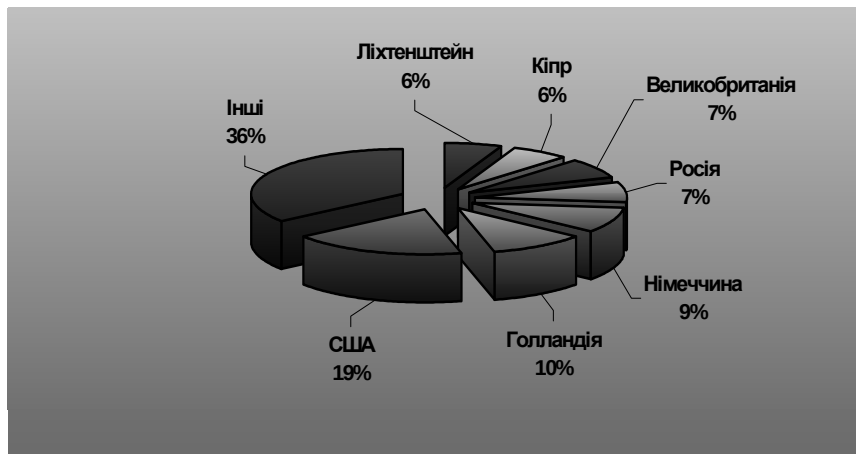


Рис. 4. Найбільші інвестори 1998 року

Наступні цифри і факти підтверджують наявність достатньо відпрацьованого законодавчого базису в Україні у галузі зовнішніх інвестицій. Так, іноземні інвестиції в Україну в 1997 році становили 759,2 млн. доларів США, збільшились більш ніж на 42,9 % порівняно з 1996 роком. На 1 січня 1998 року загальна сума прямих інвестицій в Україну становила 2053,8 млн. дол. США (рис. 4).

Запропоновані заходи й інвестиції можуть ліквідувати згадані перепони на шляху розвитку Internet в Україні і створити передумови успішного інтегрування України в нове глобальне інформаційне суспільство.

Отже, незважаючи на деякі об'єктивні труднощі, Україна сьогодні – це держава сприятливого клімату для інвестицій, особливо в області інформаційних технологій.

1. Press L., *Developing Networks in Less Industrialised Nations* // *IEEE Computer*. June 1995. Vol. 28. No. 6. P. 66–71. 2. *Internet Venture Capital Investments Explode*, Price Waterhouse: <http://www.pw.com/vc/>. 3. Azarov S. *Internet Problems and the Ukraine*, *PC World Ukraine*. 1999. No. 6 (36). P. 68–69. 4. *ISPs Turn Europe Into Land of the Free*, *European Sources & News (ESN)*. September 1999. Vol. 4. No. 9. P. 30–32. 5. *Corporate Internet in the Ukraine*, *World of Communication and Informatics*. December 1999. No. 4. P. 20–22. 6. Zubok V. *Gate to the Internet: ISP choice*, *CHIP (Ukrainian Edition)*, No.1, January 2000. P. 94–96. 7. *Computer Currents*. – 1999. 15 June. 8. *Micro Times*. 1999. 23 June. Issue No. 194. 9. Juan A. Zapardiel, Fernando Garcia, *Why Should Government Invest in the Internet ? Book of Abstracts of The Internet Global Summit, the 9th Annual Internet Society Conference*. 22-25 June. 1999. San Jose, USA, P.3. 10. *CHIP (Ukrainian Edition)*. September 1999. No. 9. P. 79. 11. <http://members1.infostreet.com/syurish>. 12. <http://www.market.zp.ua>

УДК 330.322

А.Ю. Яшук

Технологічний університет Поділля, м. Хмельницьк

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

© Яшук А.Ю., 2001

Розглянуто причини і проблеми залучення вітчизняних, іноземних інвестицій і факторів, що не сприяють активізації потенційних інвесторів; пропонуються рекомендації з активізації інвестиційних процесів в Україні

The article is devoted considerations of the reasons and problems engaging of the domestic, foreign investments and factors, which do not assist activization of the potential investors; the recommendations from activization of investment processes in Ukraine are offered.

Основним шляхом виходу країни з економічної кризи є розвиток вітчизняних підприємств. Пожвавлення підприємницької діяльності в Україні передбачає роздержавлення великих та розвиток малих і середніх підприємств. У зв'язку з цим виникає потреба в залученні інвестицій.