

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Ю. І. Палеха, Ю. І. Горбань

# ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС

*Підручник*



Київ 2019

**ББК 78.657**  
**УДК 002.1:338**

**П141**

**Рецензенти:**

*Мельник В. М.* – проректор з наукової роботи Європейського університету, д.е.н., професор

*Оксіюк О. Г.* – завідувач кафедри кібернетичної безпеки та захисту інформації факультету інформаційних технологій Київського національного університету імені Тараса Шевченка, д.т.н., професор.

*Петрова Л. Г.* – завідувач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Національної академії керівних кадрів культури та мистецтв, д.п.н., професор.

*Турменко І. І.* – завідувач кафедри історії та документознавства Національного авіаційного університету, д.і.н., професор.

*Степанов О. П.* – завідувач кафедри міжнародної економіки Київського національного університету культури і мистецтв, д.е.н., професор.

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки, як підручник для студентів вищих навчальних закладів (Лист від 06. 03. 2015. № 1/11-3116)*

**ПАЛЕХА Ю.І., ГОРБАНЬ Ю. І.**

**П141 Інформаційний бізнес: підручник — К. : Вид-во Ліра-К. 2019. – 492 с.**

**ISBN 978-966-2609-94-3**

Мета підручника – розкрити суть основних категорій інформаційного бізнесу, розглянути його модель, побудову та функції. Викладений тут матеріал допоможе студентам з'ясувати особливості і механізм функціонування інформаційного ринку, ознайомитись з його організаційними формами, маркетинговою, рекламною та інформаційно-консультативною діяльністю для стимулювання збуту інформаційних продуктів та послуг, оволодіти бенчмаркінгом, основами інформаційно-консультативної діяльності й основними засадами електронної комерції.

Для слухачів університетських курсів, студентів вищих навчальних закладів, книгознавців та документознавців, інформаційних аналітиків, працівників дорадчих служб, усіх, хто хоче ознайомитись з основами інформаційного бізнесу та особливостями маркетингу інформаційних продуктів і послуг.

**УДК 002.1:338**  
**ББК 78.657**

**ISBN 978-966-2609-94-3**

© Палеха Ю.І., 2015  
© Горбань Ю.І., 2015  
© Видавництво Ліра-К, 2015

ЗМІСТ

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ВСТУП.....                                                                            | 3   |
| <b><i>РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС ЯК НАПРЯМОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i></b>   |     |
| 1.1. Визначення основних понять .....                                                 | 5   |
| 1.2. Функції та модель інформаційного бізнесу .....                                   | 15  |
| 1.3. Маркетингове середовище підприємництва .....                                     | 26  |
| 1.4. Побудова інформаційного бізнесу на підприємстві .....                            | 41  |
| <b><i>РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ ЯК ТОВАР, ЩО НАДАЄТЬСЯ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ</i></b> |     |
| 2.1. Інформація як головний чинник ринку .....                                        | 54  |
| 2.2. Види інформаційних продуктів і послуг .....                                      | 61  |
| 2.3. Методи отримання й обробки маркетингової інформації .....                        | 77  |
| <b><i>РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНИЙ РИНОК ТА МЕХАНІЗМ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ</i></b>           |     |
| 3.1. Основні показники інформаційного ринку .....                                     | 98  |
| 3.2. Дослідження конкурентного середовища на ринку .....                              | 120 |
| 3.3. Побудова стратегії боротьби за споживачів.....                                   | 131 |
| <b><i>РОЗДІЛ 4. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ</i></b>                    |     |
| 4.1. Побудова маркетингової інформаційної системи.....                                | 144 |
| 4.2. Принципи розробки та впровадження інформаційних систем .....                     | 161 |
| 4.3. Моделі й методи ухвалення маркетингових рішень.....                              | 168 |
| <b><i>РОЗДІЛ 5. РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ</i></b>   |     |
| 5.1. Теоретичні засади управління рекламною діяльністю .....                          | 174 |
| 5.2. Організація проведення рекламної кампанії.....                                   | 191 |
| 5.3. Особливості проведення рекламної політики інформаційним підприємством .....      | 213 |

**РОЗДІЛ 6. БЕНЧМАРКІНГ – ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ  
ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ**

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.1. Теоретичні аспекти бенчмаркінгу в управлінні<br>бізнес-процесами підприємства ..... | 251 |
| 6.2. Застосування бенчмаркінгу на підприємствах України .....                            | 287 |
| 6.3. Практична реалізація бенчмаркінгу<br>в документно-інформаційній сфері.....          | 298 |

**РОЗДІЛ 7. ІНФОРМАЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ –  
ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ**

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.1. Поняття, мета і методи консультативної діяльності.....               | 330 |
| 7.2. Класифікація інформаційно-консультаційних<br>служб.....              | 341 |
| 7.3. Організація консалтингової діяльності .....                          | 355 |
| 7.4. Інформаційний консалтинг, як вид<br>консультаційної діяльності ..... | 364 |
| 7.5. Побудова ІТ-консалтингу .....                                        | 373 |

**РОЗДІЛ 8. РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЯК  
СКЛАДОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ**

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 8.1. Теоретична основа електронної комерції .....              | 393 |
| 8.2. Інтернет –маркетинг як основа успіху Е-комерції .....     | 421 |
| 8.3. Міжнародна електронна комерція на сучасному етапі .....   | 426 |
| 8.4. Особливості розвитку електронної комерції в Україні ..... | 452 |
| Література .....                                               | 471 |