

УДК 711.5

к.т.н., доцент Стародуб І.В.,
Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

ІНФОРМАТИЗАЦІЯ ЯК НОВІТНІЙ ФАКТОР ВПЛИВУ НА РУХЛИВІСТЬ МІСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

Вивчено рівень та структуру інформатизації населення України. Проаналізовано вплив інформаційних та комунікаційних технологій на нові форми діяльності та рухливість населення.

Ключові слова: *переміщення, інтернет, інтернет-користувачі, фріланс, інтернет-магазин, рухливість.*

Життєдіяльність населення тісно пов'язана із переміщеннями. Рухливість, як кількісна характеристика переміщень, – це складне соціальне та економічне явище [1], тісно пов'язане із рівнем життя і добробуту населення, транспортною забезпеченістю, розмірами і плануванням території, чисельністю населення, рівнем розвитку промисловості, кількістю і розміщенням об'єктів культурно-побутового обслуговування, розміщенням центрів прикладання праці і місць відпочинку, соціально-психологічними чинниками [2]. Із розвитком інформаційних та комунікаційних технологій змінюються структура і динаміка розвитку суспільства, соціальні зв'язки, соціально-психологічна поведінка людини, її рухливість.

Відомі вчені-містобудівельники Ваксман С.А., Дьомін М.М., Осетрін М.М., Рейцен Є.О., Гольц Г.А. неодноразово наголошували на необхідності глибокого вивчення рухливості населення в нових соціально-економічних умовах для прийняття вірних рішень при розробці генеральних планів, плануванні економічного та транспортного розвитку населених пунктів.

Важливий внесок у вивчення особливостей рухливості населення зробили Михайлов О.С., Ваксман С.А., Гольц Г.А., Горев А.Е., Зільберталь А.Х., Кірзнер Ю.С., Лагерев Р.Ю. Задачі мінімізації рухливості населення були поставлені та розв'язані у роботах Гончаренко А.Б., Жукова В.Т. [3], Коробова С.О. [4].

В нинішніх умовах розвитку науково-технічного прогресу важливо виявити і проаналізувати нові фактори, що впливають на рухливість населення України, порівняти їх зі світовими тенденціями.

Для досягнення поставленої мети у роботі застосовано аналітичний та статистичний методи досліджень. В якості інформаційної бази були

використані дані Українського процесингового центру (UPC), результати дослідження поведінки користувачів мережі інтернет в Україні, яке проводили компанії TNS Infratest та Google.

Засновник теорії постіндустріалізму Деніель Белл ще у 1973 році стверджував, що невдовзі виникне виробництво інформації, яке змінить соціальний розвиток в усіх напрямках. Винайдення комп'ютерів та поява Інтернету впливають на поведінку населення, змінюють динаміку зв'язків та переміщень у суспільстві.

Найбільш загальною характеристикою потреби в переміщеннях є загальна рухливість населення – середня кількість переміщень на одного мешканця у рік. Ця величина може змінюватися від 100 для мешканців невеликого міста до 1000 для міста з населенням понад 1 млн чол. [2].

У відповідності до мети поїздки виділяють такі групи переміщень [5]:

- трудові – поїздки на роботу та з роботи;
- навчальні – поїздки студентів у вищі і спеціальні навчальні заклади;
- ділові – здійснюються в робочий час у зв'язку з виробничою необхідністю;
- культурно-побутові – поїздки з особистими й побутовими цілями.

Результати обстежень рухливості населення різних міст до 1990 року [6] свідчать, що співвідношення між трудовими та культурно-побутовими переміщеннями значно різняться (табл.1.), при цьому культурно-побутові переміщення домінують та становлять 56,2-76,1% від загальної кількості переміщень.

Таблиця 1

Рухливість населення в містах відповідно до мети

Місто	Загальна	Трудова		Культурно-побутова	
		кількість	%	кількість	%
Москва	800	350	43,8	450	56,2
Санкт-Петербург	945	400	42,3	545	57,7
Київ	1120	268	23,9	852	76,1
Харків	963	396	41,1	567	58,9

Розвиток засобів інформатики та зв'язку, за прогнозами спеціалістів [1], здатен зменшити потребу в ділових поїздках на 20-25%, в культурно-побутових – на 50%.

За даними, оприлюдненими Інтернет асоціацією, в Україні станом на кінець 2012 року кількість активних інтернет-користувачів становила близько 19,7 мільйонів осіб. Більше половини інтернет-користувачів проживають у містах з кількістю населення від 100 тис. чол., у містах з населенням до 100 тис.

– 6%, до 50 тис. – 23%, у селах – 19%. При цьому користуються інтернетом: 42% один раз на місяць і частіше; 39% один раз на тиждень і частіше; 31% щодня, або майже щодня.

Рівень проникнення інтернету на території України станом на кінець 2012 року становив 43,5%, у той час як середньоєвропейський показник складає 65%.

За даними Державної служби статистики найбільша кількість інтернет-абонентів зосереджена у столиці (32,7%), Одеській (17,6%), Донецькій (6,7%), Дніпропетровській (4,8%), Львівській (4,3%) та Харківській (3,4%) областях. Наднізький рівень інтернетизації (не більше 1%) спостерігається у Рівненській, Житомирській, Закарпатській, Кіровоградській, Чернівецькій областях та у Севастополі.

Українці використовують інтернет для спілкування з друзями та рідними (83%), вибору продуктів та послуг (58%), керування фінансами (33%), планування відпустки та резервування путівок (11%), благодійності (4%).

З розвитком інтернету в Україні стрімко розвивається нова форма діяльності – фріланс, що дозволяє окремим категоріям працівників зменшити частоту появи на робочому місці або повністю перейти на віддалену роботу. Сучасні фрілансери працюють у таких видах діяльності як журналістика, програмування, адміністрування обладнання через інтернет, веб та графічний дизайн, переклад, консультивання.

У США на початку 1990-х фрілансери становили 5% від усієї робочої сили країни, у 2005 році – 7,4%, а нині – понад 25% (45 млн. осіб) економічно активного населення Америки.

Якщо в Україні кількість інтернет-фрілансерів на даний час становить 11,4 тис., то в Індії - 283,6 тис., США - 629, 9 тис., Пакистані – 99,8 тис., Канаді – 47,9 тис., Великобританії – 69,3 тис., Румунії – 14,7 тис., Росії – 10,7 тис., Китаї – 15,2 тис., Філіпінах – 76 тис. Ринок фріланс-послуг надалі буде розвиватися, залучаючи все нових учасників [7].

В нинішніх умовах інтернет-торгівля та електронні платежі – сектор ІТ-галузі, що найбільш швидко розвивається. Згідно доповіді Oxford Economics, об'єм електронної торгівлі товарами та послугами у світовому масштабі складає 13,8% від загального об'єму продажів.

Нині в Україні 55,9% пошуку товарів та послуг, 18,3% усіх покупок здійснюються онлайн. Обсяг ринку онлайн-торгівлі в Україні у 2012 році перевищив 3 млрд. \$., у той же час в Росії він становив 10,4 млрд. \$., в США – 44 млрд \$ [8].

Інтернет-магазин – сайт, який торгує товарами в інтернеті, дозволяє користувачам сформулювати замовлення на купівлю, вибрати спосіб оплати і

доставки замовлення в мережі Інтернет. Замовлення формується як на самому сайті, приймається за телефоном, електронною поштою, Jabber або ICQ. Доставка замовлення здійснюється власною кур'єрською службою; компанією, що надає послуги доставки; поштою; самовивозом від продавця.

Лідерами інтернет-комерції є сайти, на яких можна обрати та придбати товар, забронювати місця в готелях та квитки, оплатити комунальні платежі, послуги мобільного зв'язку, інтернет-провайдерів, заплатити за кредит.

За даними Українського процесингового центру (UPC) щороку зростає кількість інтернет-магазинів в Україні, що приймають до оплати платіжні карти: так у 2009 році таких магазинів нараховувалось 600, у 2010 році – 1085, у 2011 році – 1496, у 2012 році – 1532. Враховуючи позитивне ставлення користувачів до електронної комерції, кількість інтернет-магазинів у майбутньому буде активно збільшуватися.

Третина інтернет-користувачів в Україні використовують інтернет-магазини для купівлі різних товарів.

Рисунок 1 відображає інформацію про шляхи пошуку інформації про товар та спосіб здійснення покупки [9].

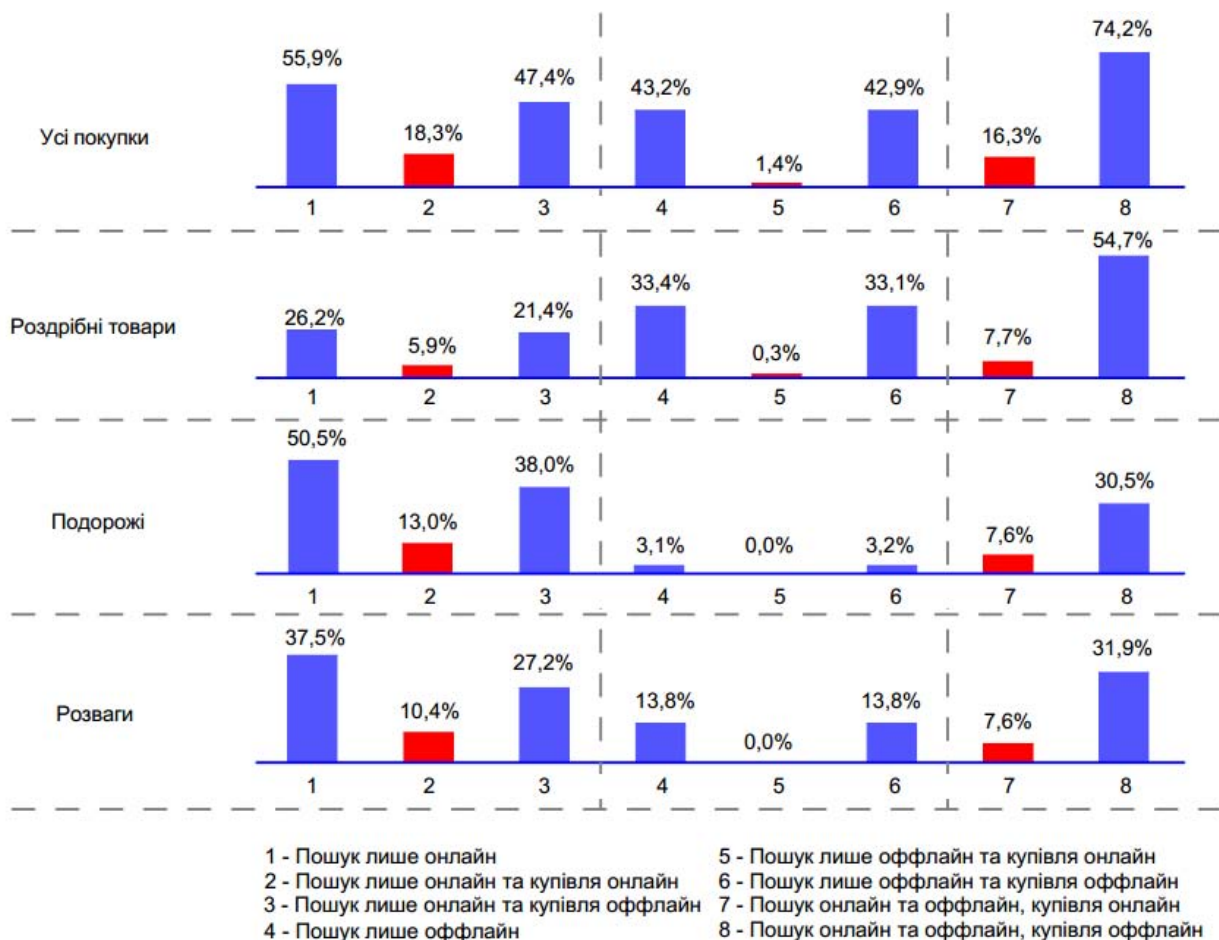


Рис. 1. Шляхи пошуку інформації про товар та спосіб здійснення покупки [9].

Результати дослідження поведінки користувачів мережі інтернет в Україні, яке проводила компанія Google свідчать, що:

– відбувається зростання кількості покупок в мережі; співвідношення покупок в онлайн магазинах і звичайних магазинах становить 14% і 86% відповідно;

– 88% опитаних для пошуку інформації про товар використовують персональні комп'ютери, 22% – мобільні телефони та 2% – планшети;

– онлайн-покупці – це в основному офісні співробітники і люди, у яких не вистачає часу на походи в магазини, які мають доступ до інтернету, а також ті, хто шукає більш низькі ціни;

– перевагу при здійсненні покупки в інтернеті віддають чоловіки (79%), і лише 21% жінок; з кожним роком кількість жінок, які купують товари та послуги через інтернет, зростає на 1-2%;

– 58% інтернет-покупок здійснюють люди у віці 26-41 рік;

– найбільше онлайн-покупців у Києві (31%), Донецьку (8%), Одесі (7%), Харкові і Дніпропетровську (по 6%), Львові (5%);

– 45% з тих, хто будь-коли здійснював покупки в Інтернеті, відзначили, що вони збираються купувати частіше; важливим стимулом для них є нижчі ніж у традиційних магазинах ціни на товар;

– для 11% усіх респондентів економія часу і для 16% економія грошей – один з найважливіших критеріїв здійснення покупки через Інтернет.

Очевидно, що в таких умовах традиційна рухливість населення та послідовність отримання культурно-побутових послуг змінюється – робота, пошук та отримання послуг здійснюється у віртуальному просторі, мінімізуються часові та економічні витрати на їх отримання, у споживача зникає потреба у переміщеннях для задоволення окремих видів культурно-побутових потреб.

Подальший розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, їх широке використання призведе до системних змін у структурі переміщень та рухливості населення. Тому важливо вже на сучасному етапі розвитку суспільства переглянути загальні принципи рухливості населення, вивчити їх вплив на склад громадських центрів та зайнятість населення, спрогнозувати соціальні та економічні наслідки таких змін.

Література

1. Липец Ю.Г. География мирового хозяйства : Учеб. пособие для студ. пед. вузов / Ю. Г. Липец, В. А. Пуляркин, С. Б. Шлихтер. – М. : ВЛАДОС, 1999. – 399 с. - ISBN 5-691-00152-3.

2. Самойлов Д.С. Городской транспорт: учебник для вузов / Д.С. Самойлов. - М.: Стройиздат, 1983. – 384 с.

3. Гончаренко А.Б. Анализ двух моделей движения населения / А.Б. Гончаренко, В.Т. Жуков. – М.: изд-во института прикладной математики РАН, 2005. – 31с.

4. Коробов С.А. Выбор населением способа перемещения / С.А Коробов, В.И. Колесов, Г.В. Колесов. // Интеллектуальные транспортные системы: Всероссийский сборник научных трудов. Тюмень: «Вектор Бук», 2008 – С.107-112.

5. Горев А.Э. Организация автомобильных перевозок и безопасность движения : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А.Э. Горев, Е. М.Олещенко. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 256 с. – ISBN 978-5-7695-6629-5 : 313-50.

6. Лобанов Е.М. Транспортная планировка городов: Учебник для студентов вузов. – М.: Транспорт, 1990. – 240 с.

7. Украинские фрилансеры зарабатывают за границей по \$16 в час [Электронный ресурс] / О. Карпенко. – Режим доступа до статті: <http://ain.ua/2012/10/19/98729>.

8. Россию завоевывает интернет-торговля [Электронный ресурс] / М. Парфененкова. – Режим доступа до статті: <http://www.rbcdaily.ru/market/562949982998083>.

9. Поведение украинских пользователей в интернете [Электронный ресурс] / Gendolf. – Режим доступа до статті: <http://gendolf.info/povedenie-ukrainskih-polzovateley/>.

Аннотация

Изучены уровень и структура информатизации населения Украины. Проанализировано влияние информационных и коммуникационных технологий на новые формы деятельности и подвижность населения.

Ключевые слова: перемещение, интернет, интернет-пользователи, фриланс, интернет-магазин, подвижность.

Annotation

The level and structure informatization of the population of Ukraine has been studied. The influence of information communication technology on new forms of activity and mobility of the population have been analyzed.

Keywords: traffic, internet, internet users, freelance, online store, mobility.