

СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.46

Клевчик Л.Л.

*асистент кафедри економічної теорії, менеджменту та адміністрування
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто проблемні аспекти формування ринку економічної інформації в умовах глобалізації. Обґрунтовано важливість інформаційного середовища для економіки, що є своєрідним базисом, без якого не можлива глобалізація всіх інших сфер суспільного життя. Виявлено чинники, які формують вплив по якісним та кількісним характеристикам на економічну інформацію України. Показано вплив економічної інформації, як одного з ресурсів, який став головним у сучасних умовах існування інформаційного суспільства.

Ключові слова: економічна інформація, глобалізація, інформаційне середовище, інформаційний ринок, валовий внутрішній продукт, оперативна інформація.

Клевчик Л.Л. ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены проблемные аспекты формирования рынка экономической информации в условиях глобализации. Обоснована важность информационной среды для экономики, что является своеобразным базисом, без которого не возможна глобализация всех других сфер общественной жизни. Выявлены факторы, которые формируют воздействие по качественным и количественным характеристикам на экономическую информацию Украины. Показано влияние экономической информации, как одного из ресурсов, который стал главным в современных условиях существования информационного общества.

Ключевые слова: экономическая информация, глобализация, информационная среда, информационный рынок, валовой внутренний продукт, оперативная информация.

Klevchik L.L. THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON THE FORMATION OF ECONOMIC INFORMATION MARKET IN UKRAINE

The article considers the problematic aspects of the formation of market and economic information in the context of globalization. Proved the importance of the information environment to the economy, which is a kind of basis, without which it is not possible to globalization all other spheres of public life. Factors that shape the impact on the qualitative and quantitative characteristics on economic information of Ukraine. It shows the influence of economic information, as one of the resources, which became the chief in the modern conditions of existence of the information society.

Keywords: economic information, globalization, information environment, information market, gross domestic product, current information.

Постановка проблеми. В останнє десятиліття ХХ століття драматичні події призвели до кардинальних змін: світ вступив в еру глобалізації, процеси якої лягли в основу нових політичних, економічних та культурних відносин між країнами і народами. Розпад радянського блоку поклав кінець епохи біполярного світу і «холодній війні», а разом з тим і інформаційного протистояння супердержав США і Радянського Союзу. Інформаційна революція, що розвинулася під впливом науково-технічного прогресу в області комунікацій, стала рушійною силою змін в умовах геополітичних змін на карті світу, демократичних процесів у багатьох країнах, послаблення урядового контролю над ЗМІ, клімату дерегулювання в сфері мас-медіа. Глобалізація багатогранна, це поняття проектує на різні сфери життєдіяльності, насамперед на економіку і політику, але, мабуть, основою основ інтеграційних процесів служить інформаційна глобалізація – формування і розвиток єдиного інформаційного простору під впливом комунікаційних технологій.

Глобалізація – процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Основним наслідком цього є світовий поділ праці, міграція (і, як правило, концентрація) у масштабах усієї планети капіталу, людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних і технологічних процесів, а також зближення і злиття культур різних країн. Це об'єктивний процес, який

носить системний характер, тобто охоплює всі сфери життя суспільства. У результаті глобалізації світ стає більш зв'язаним і більш залежним від усіх його суб'єктів.

Інтенсивність процесів глобалізації збільшується з кожним днем, характер ЗМІ змінюється під впливом глобальної культури, і це позначається на характері типових для даної ЗМІ реклами. Актуальність вивчення ролі і місця глобалізації на ринку економічної інформації в сучасному глобалізованому суспільстві полягає в першу чергу в тому, що нові інформаційні і комунікаційні технології надають серйозний вплив на поширення і доставку інформації і доступу до неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Глобалізація як феномен сучасного життя впливає на всі без винятку сфери життя суспільства. Проте чи не найбільше її вплив проявляється в інформаційній сфері. Більше того, низка зарубіжних (Ф. Уебстер [1], М. Кастельс [2], Д. Белл [3] та ін.), та вітчизняних (А. Гальчинський [4], О. Михайловська [5], А. Чухно [6] та ін.) дослідників зазначають, що глобалізація найбільше проявляється саме в сферах, пов'язаних з інформацією. О. Михайловська обґрунтовує, що глобалізація інформаційного середовища є своєрідним базисом, без якого не можлива глобалізація всіх інших сфер суспільного життя, у тому числі й економіки. Тому, глобалізація повинна мати суттєвий вплив і на ринок економічної інформації, який є складовою

інформаційного середовища України та глобального ринку економічної інформації. Проаналізуємо, який же характер та ступінь впливу глобалізації на зазначений ринок.

Методологія дослідження ролі інформації в економіці була розроблена М. Поратом, який виокремив первинний і вторинний інформаційний сектор [12]. Перший – це власне сектор ІКТ, другий – «прихований» від офіційної статистики – пов'язаний з інформаційною діяльністю всередині «звичайних» компаній, тобто компаній, які не є «продавцями» інформації на ринку. Досліджуючи економіку США наприкінці 80-х років М. Порат обґрунтовує висновок щодо того, що майже половина ВВП США пов'язана з інформаційним сектором [12, с. 203]. М. Порат досліджує два показники: частку інформаційного сектору у ВВП (ВДВ) та частку зайнятих в інформаційному секторі від загальної кількості зайнятих у суспільному виробництві. Однак, підхід, застосований зазначеним дослідником базується на використанні особливостей національної статистики США і мало застосований до дослідження інформаційного сектору інших країн.

У рамках цього ж підходу В. Пожувєв проводить паралель між набуттям інформацією статусу головного економічного ресурсу і виходом інформаційного сектору на перше місце за темпами розвитку, за числом зайнятих, за долею капіталовкладень, за часткою ВВП [10, с. 9], зазначаючи, що в сучасній світовій соціально-економічній системі вже сформувався глобальне інформаційне суспільство. Однак, зазначений дослідник не наводить підтвердження свого висновку. Таку ж констатацію сформованості «інформаційної» економіки без обґрунтування за допомогою статистичних даних зустрічаємо і в А. Маслова [13, с. 25]. Інші дослідники, які вказують, що інформаційне суспільство вже існує в розвинутих країнах, обґрунтовують свою думку тим, що в цих країнах фактично кожне підприємство і кожне домогосподарство використовує ІКТ, однак не наводять прикладу, яку роль відіграє інформація у функціонуванні підприємств і суспільства в цілому.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі впливу глобалізації на ринок економічної інформації України, порівнянні кількісного та якісного аспектів, їх сфер прояву, посиленні ролі інформації в економіці, але без перетворення її в головний чинник економічного та соціального розвитку. Стан впливу глобалізації на сегмент унікальної інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У той же час зазначимо, що існує досить багато підходів до сутності інформаційного суспільства (їх огляд викладено в роботах [1]), проте метрологічною їх основою є поділ економіки на три сектори: сільське господарство (первинний сектор), обробна промисловість (вторинний сектор) та сфера послуг (третинний сектор). Зростання ролі третинного сектору та набуття ним статусу головного в економіці (інформаційний сектор входить у нього) є своєрідним індикатором переходу до інформаційного суспільства.

Фахівцями, зазвичай, наводяться два напрями такого впливу глобалізації на інформаційну сферу, які характерні для ринку економічної інформації, які умовно можна охарактеризувати як кількісний та якісний:

1) кількісний напрям – посилення інтенсивності обміну інформацією, зміщення «центру» інтенсивності інформаційних потоків. Суть даного впливу в тому, що в умовах відокремленості, ринок еконо-

мічної інформації надає найбільшу її кількість щодо процесів та явищ, які відбуваються в країні. Відносно зарубіжних країн, то чим **віддаленіша** країна, тим менші обсяги економічної інформації щодо процесів і явищ, які в ній відбуваються. В умовах глобалізації формується «поліцентрична» модель [7, с. 15], коли одночасно існує кілька центрів інтенсивності економічної інформації, причому значні масиви інформації можуть бути пов'язаними з географічно віддаленими регіонами;

2) якісний – формування суспільства з принципово-новою економічною підсистемою, де визначальну роль відіграє інформація (перехід до інформаційного суспільства, «економіки знань», постіндустріального суспільства та ін.). Суть даного впливу в тому, що, деякі дослідники вважають, що в розвинутих країнах світу вже відбувся перехід до нового типу суспільного виробництва, де головним ресурсом стає інформація. Менш розвинуті країни (у тому числі й Україна) мають «традиційну» індустріальну економіку. Внаслідок глобалізації в таких країнах має відбуватися збільшення ролі інформації в економіці аж до набуття нею статусу головного ресурсу. Тобто внаслідок такого впливу, ринок економічної інформації набуває якісно нового значення за ступенем впливу на економічні процеси – він стає головним чинником їх розвитку.

Отже, проаналізуємо, які особливості мають обидва напрями впливу глобалізації на український ринок економічної інформації.

Перший напрям дії глобалізації на ринок економічної інформації в Україні пов'язаний, насамперед з діяльністю на ньому ТНК. Діяльність цих структур на сьогодні визнають одним з головних рушіїв глобалізації економічного простору взагалі [8, с. 20]. Аналогічну тезу можна висунути і щодо ринку економічної інформації на глобальному рівні. У даному сегменті функціонує кілька великих міжнародних інформаційних агентств, які є, де-факто інформаційно-спеціалізованими ТНК, підрозділи яких функціонують у кожній країні, у тому числі і в Україні. Однак, потрібно відзначити, що діяльність спеціалізованих підрозділів зазначених агентств на ринку економічної інформації має дещо специфічний характер. Специфіка діяльності міжнародних інформаційних агентств на ринку економічної інформації в Україні в тому, що вони постачають на український ринок значні масиви економічної інформації, відомості щодо економічних процесів в інших країнах та на міжнародному рівні, однак надають дуже обмежений обсяг відомостей щодо економіки самої України.

У результаті утворюється явище, детально описане О. Михайловською, суть якого в тому, що глобалізація ринку економічної інформації зумовлює перехід від моноцентричної моделі обізнаності суб'єкта економічної діяльності із станом та динамікою економічних процесів до поліцентричної. Традиційно кожен, хто здійснює економічну діяльність має найбільшу обізнаність щодо економіки географічної місцевості перебування (регіон, країна). Глобалізація ринку економічної інформації зумовлює формування «інформаційних максимумів», не пов'язаних з географічним місцем перебування такого суб'єкта (рис. 1).

Головним наслідком формування поліцентричної моделі інформаційного ринку економічної інформації є розширення географічної території, економічні явища та процеси на якій відображені в інформації, що виступає товаром на ринку. Зазначимо, що формування поліцентричної моделі географічної «прив'язки» інформації має певний симетричний

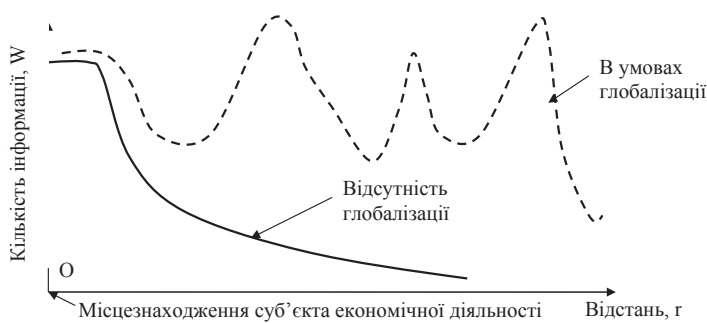


Рис. 1. Вплив глобалізації на залежність обсягу кількості інформації від відстані до суб'єкта економічної діяльності

Джерело: розроблено автором

процес – проникнення інформації щодо економічних процесів та явищ на глобальний ринок економічної інформації. Однак, у даному разі існує певна асиметрія – внаслідок глобалізації на українському ринку економічної інформації, масиви інформації щодо зарубіжних ринків та процесів є набагато більшими, ніж інформація щодо економічних явищ та процесів в Україні, яка доступна споживачам з інших країн через глобальний ринок економічної інформації. Тобто в даному разі можна зробити висновок, що до наявності несиметричної інтегрованості українського ринку економічної інформації у відповідний ринок. Для підтвердження даної тези наведемо такі дані. Як уже зазначалося, діяльність глобальних інформаційних агентств (спеціалізованих ТНК) в Україні, таких як Reuters, Blumberg та ін. зумовила доступність платної економічної інформації про стан та тенденції на сотнях зарубіжних фінансових та товарних ринках. У той же час, у платні інформаційні продукти Reuters, Blumberg включена інформація лише про діяльність ПФТС і значно менше діяльності деяких інших фондових бірж. Інформація щодо українських товарних ринків на глобальному інформаційному ринку присутня ще менше. Отже, одним із проявів впливу глобалізації на український ринок економічної інформації є зростання кількості інформації, переважно оперативного типу, щодо зовнішніх (по відношенню до країни) економічних процесів та явищ.

Потрібно зазначити, що зростання інформації, та формування поліцентричної моделі економічної інформації на українському ринку базуються на впровадженні новітніх ІКТ. таке впровадження відбувається шляхом «дифузії», тобто нові технології «проникають» на ринок разом з проникненням на нього ТНК. Загалом, це позитивно впливає на ефективність ринку економічної інформації, зокрема в сегменті оперативної інформації. Однак, позитивний ефект знижується тому, що зростання масиву оперативної інформації на ринку зумовлюється в значній мірі за рахунок інформації щодо розвитку економічних процесів та явищ за кордоном, хоч зростає і кількість оперативної економічної інформації, яка пов'язана з українськими економічними реаліями.

Потрібно відзначити, що зростання кількості економічної інформації на відповідному українському ринку внаслідок глобалізації має ще одну асиметрію, яка взагалі характерна для впливу глобалізації на інформаційні ринки та інформаційні середовища країн, що розвиваються. Суть даної асиметрії в тому, що глобалізація, нові технології які вона привносить на національний ринок сприяють зростанню економічної інформації, яка забезпечує переважно поточ-

ну діяльність суб'єктів господарювання. Всі інформаційні продукти міжнародних інформаційних агентств – це оперативна інформація. Також огляди ринків, аналіз їх тенденцій, які пропонують міжнародні консалтингові фірми – це також інформація з невеликим ступенем унікальності. Вплив глобалізації на зростання дійсно унікальної інформації, зокрема, тієї, яка стосується технологій виробництва, управлінських та інших новацій досить незначний. На таку нерівність інформаційного обміну між розвиненими та менш розвинутими країнами вказує значна кількість фахівців. Така нерівність присутня і щодо впливу глобалізації на український ринок економічної інформації. Зокрема, зарубіжні консалтингові компанії, які відкрили представництва в Україні надають послуги, які включають реалізацію унікальної інформації в основному філіям представництвам іноземних компаній. Унікальна інформація, зокрема та що стосується інновацій або самими суб'єктами господарювання, або ж іншими суб'єктами-резидентами.

Внаслідок такої нерівномірності впливу глобалізації на різні сегменти, на українському ринку відбуваються два процеси, які мають протилежну спрямованість щодо забезпечення ефективності його як чинника виробництва.

Перший – розвиток сегменту оперативної інформації, що сприяє вирішенню поточних проблем суб'єктів господарювання. Даний процес позитивно впливає на ефективність ринку економічної інформації в плані постачання «інформаційного ресурсу» для забезпечення поточного функціонування.

Другий – збільшення розриву між сегментами оперативної та унікальної інформації. Зазначений процес негативно впливає на ефективність ринку економічної інформації як чинника виробництва, так як формується дефіцит «інформаційного ресурсу» для майбутнього розвитку (вирішення стратегічних, майбутніх проблем).

Проаналізуємо тепер особливості впливу глобалізації на український ринок економічної інформації в якісному аспекті. Насамперед, дослідимо наскільки справедливою є теза щодо позитивного впливу глобалізації в напрямку формування нового типу суспільних відносин з новим економічним базисом формування інформаційного суспільства. В ідеальному випадку такий вплив має проявлятися в набуванні інформацією визначальної ролі серед виробничих ресурсів. Деякі дослідники навіть уже визначають інформацію «основним реальним ресурсом соціально-економічного та науково-технічного розвитку суспільства» (див. наприклад [9, с. 9]). Тобто інформації, надається роль суспільноформуючого фактора, за рахунок якого відбулося формування «глобально-інформаційного суспільства» [10, с. 9]. Природно, що головну роль у формуванні економічної підсистеми суспільства нового типу має відігравати економічна інформація, адже за рахунок неї формуються нові економічні відносини. Однак висновки, щодо сформованості нового суспільства не підтверджені емпіричними даними. Тому, на нашу думку, мають рацію ті фахівці, які вказують, що констатувати наявність нового типу економіки де інформація відіграє вирішальну роль на сучасному етапі зарано навіть у найбільш розвинутих країнах. Хоча роль інформації в ХХІ столітті суттєво зросла, однак вона ще не стала головним чинником виробництва в жодній економіці

[11]. Новий тип економічних відносин, де б інформація відігравала роль головного фактору виробництва є лише одним з можливих напрямів еволюції виробничих відносин у майбутньому. Тому у випадку України такий вплив має проявлятися якщо не у визначальній ролі інформації як чинника виробництва, то, принаймні, в її зростанні.

Тому найперше дослідимо гіпотезу, щодо вирішальної ролі економічної інформації в сучасній економіці та набуття нею значення головного фактору виробництва.

Потрібно відзначити складність врахування ролі економічної інформації серед інших чинників виробництва. Адже значна частина економічної інформації отримується суб'єктами самотужки поза межами ринку. Величину самого ринку економічної інформації також можна оцінити лише наближено. Нижня межа даного ринку – ринок консалтингових (включаючи маркетингові) послуг. Верхня межа – інформаційний сектор загалом, зокрема його сегмент, який статистика подає як «професійна, наукова та технічна діяльність», так як у даний сегмент потрапляють усі види діяльності, які пов'язані з наданням інформаційних послуг щодо унікальної інформації. Але в даний сегмент входить і наукова діяльність, яка часто не має зв'язку з економічними процесами.

У той же час, послуги щодо надання оперативної інформації потрапляють у такий вид діяльності, який статистикою кваліфікується як «інформація та телекомунікації», однак даний вид діяльності включає й діяльність тих суб'єктів, які надають інформацію розважального чи пізнавального характеру.

Згідно проведеного вище аналізу, розвинуті країни (країни Західної та Північної Європи, США, Японія) вже досить близько наблизилися до переходу до нової суспільної формації, але ще не перейшли до неї. Тому глобалізація сприяє не переходу інших країн до нового стану «інформаційного» чи постіндустріального суспільства, а просто до посилення ролі інформації в економіці цих країн, прискорення їх руху до нової економіки. Це характерно й для України.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, в епоху глобалізації засоби масової інформації продовжують виконувати свої основні функції. При цьому в умовах існування глобального суспільства ЗМІ отримують специфічний розвиток, пов'язаний з основними тенденціями глобалізації. Глобалізація супроводжується глобальною інформаційною революцією. Будучи каналами трансляції інформації, мас-медіа у своєму розвитку і перетворенні безпосередньо залежать від того, як протікає інформаційна революція.

Так, для ЗМІ в епоху глобалізації характерні такі риси, як віртуалізація реальності і демасифікація. Віртуалізація реальності характеризує діяльність ЗМІ, які стають не стільки каналом інформації, скільки породжують інформацію, що є для споживача єдиним досвідом. Віртуалізація реальності через ЗМІ відкриває в глобальному суспільстві широкі можливості для маніпулювання масами, передусім у сфері глобальної політики. Демасифікація ЗМІ безпосередньо пов'язана з відповіддю на потреби членів

глобального суспільства в унікальній специфічній інформації.

З наведеного вище можна зробити наступні висновки: проведено аналіз впливу глобалізації на ринок економічної інформації України в розрізі двох аспектів, кількісного (зміна величини ринку) та якісного (трансформація ролі ринку у впливу на розвиток економіки та суспільства). Обґрунтовано, що глобалізація значно сильніше впливає на український ринок економічної інформації в кількісному аспекті, зокрема вдосконалюються технології передачі інформації, розширюються географічні межі походження оперативної інформації, збільшується її кількість. На сегмент унікальної економічної інформації процеси глобалізації впливають значно менше. За рахунок такої нерівномірності впливу глобалізації формується відставання розвитку сегменту унікальної економічної інформації, зокрема й пов'язаної з інноваціями від сегменту оперативної економічної інформації. Вплив глобалізації на український ринок економічної інформації в якісному аспекті є меншим, ніж у кількісному і проявляється в зростанні ролі економічної інформації в економічних процесах, однак інформація ще не стала вирішальним ресурсом виробництва. Відповідно, ринок економічної інформації займає важливе, але не головне місце серед ринків «традиційних» економічних ресурсів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Академия, 2004. – 944 с.
4. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / За ред. А.П. Гальчинського, С.В. Львовича, В.П. Семиноженка. – К.: Національний інститут стратегічних досліджень, 2004. – 261 с.
5. Михайловська О.В. Вплив глобалізації інформаційного простору на розвиток міжнародних інноваційно-інвестиційних процесів: монографія / О.В. Михайловська. – К.: Дакор, 2009. – 424 с.
6. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. – К.: Лотос, 2003. – 632 с.
7. Михайловська О.В. Вплив глобалізації інформаційного простору на розвиток міжнародних інноваційно-інвестиційних процесів: монографія / О.В. Михайловська. – К.: Дакор, 2009. – 424 с.
8. Лимонова Е.М. Трансформація економічного змісту ТНК в умовах глобалізації // Європейський вектор економічного розвитку. – 2013. № 2 (15) – С. 155-164.
9. Сагалович А.А. Розвиток інформаційної економіки в умовах глобалізації: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.01 / А.А. Сагалович; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2007. – 17 с.
10. Пожуєв В.І. Глобальне інформаційне суспільство як новий соціальний та економічний феномен ХХІ століття [Електронний ресурс] / В.І. Пожуєв // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2013. – Вип. 52. – С. 5-14.
11. Даниленко С.І. Інформаційне суспільство в контексті цивілізаційного вибору України [Електронний ресурс] / С.І. Даниленко // Проблеми міжнародних відносин. – 2013. – Вип. 7. – С. 64-76.
12. Porat M. The Information Economy: Sources and Methods for Measuring the Primary Information Sector (Detailed Industry Reports). / M. Porat. – Superintendent of Documents, U.S. Government Printing Office, Washington, D.C. 20402, 1977. – 210 p.
13. Маслов А. Теорія інформаційного суспільства як методологічна основа теорії інформаційної економіки // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2011. – Вип. 123. – С. 24-28.