

старший викладач кафедри економіки підприємства та економічної теорії
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті розглядаються особливості функціонування інформаційної галузі в Україні на етапі побудови ринкової економіки. Обґрунтовано основні напрями стратегії розвитку інформаційної індустрії, що являється важливим напрямком в науці і господарській практиці.

Ключові слова: *інформаційна економіка, інформаційні продукти, інформаційна індустрія, ринкових механізм, економічний розвиток.*

В статье рассматриваются особенности функционирования информационной отрасли в Украине на этапе развития рыночной экономики. Обоснованы основные направления стратегии развития информационной индустрии, что является важным направлением в науке и практике хозяйствования.

Ключевые слова: *информационная экономика, информационные продукты, информационная индустрия, рыночный механизм, экономическое развитие.*

In the article the features of functioning of informative industry are examined in Ukraine on the stage of construction of market economy. Grounded basic directions of strategy of development of informative industry which is important direction in science and economic practice.

Key words: *informative economy, informative products, informative industry, market mechanism, economic development.*

Актуальність проблеми. Під впливом сучасної економічної ситуації і в умовах формування інформаційної економіки, інформація стає все більш цінним економічним ресурсом, товаром, елементом ринкового механізму, фактором конкурентної боротьби. Використання в ринкових відносинах інформації сприяє розвитку економіки, її кількісному і якісному росту. Реальність останніх десятиліть довела, що свобода інформації виступає не тільки гарантом демократії, але й тісно пов'язується економістами із свободою конкуренції і розглядається як одне із базисних умов ефективного функціонування ринку.

Очевидно, що ринкові відносини впливають на процес функціонування інформаційної індустрії: інформація стає товаром, який купується і продається. З розвитком конкуренції в виробництві товарів та послуг, зростає попит на основні види інформації, які містяться в інформаційних базах даних.

Саме тому, сьогодні швидкими темпами розвивається інформаційна індустрія. Світові тенденції переміщуються в напрямку підвищення швидкості виробництва інформаційних продуктів та покращення їх якості. Це пов'язано, в першу чергу, з тим, що в інформаційній галузі формуються ключові фактори підвищення конкурентоспроможності, у сферу економіки упроваджуються результати новітніх досліджень. Це зумовлюється такими чинниками:

- інформація й інформаційна індустрія набули статусу найбільш поширеного джерела, яке впливає на сучасний соціально-економічний розвиток;
- інформація стала самостійним ресурсом і має специфічну цінність;
- самі технології та засоби обробки, передачі і використання інформації є способами створення нових інформаційних товарів та послуг;
- інформаційна революція здійснила поштовх в напрямку формування глобального суспільства та нового глобального ринку інформаційних товарів та

послуг, який відкриває нові можливості для підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Забезпечення стійкого економічного розвитку та формування ринкової економіки на сучасному етапі вирішальним чином залежить і від масштабів інформаційної індустрії та якісного рівня її продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теорії і практики впливу інформації та інформаційних продуктів на економіку країни в період переходу до ринкових відносин розкриті в працях вітчизняних наукових дослідників. Так, важливий внесок у дослідження актуальних питань становлення і функціонування ринку інформаційних товарів та послуг, формування інформаційного суспільства належить таким ученим, як А.Чухно, І.Родіонов, О.Чубукова, Г.Предик, Г.Жаворонкова, О.Черниш, Н.Пономаренко та інші. Сутність та концептуальні проблеми пов'язані із становленням категорії «інформація» та впливу трансформаційних процесів на формування інформаційного суспільства розкриті в роботах відомих учених; В.Савчук, Ю.Зайцев, І.Малий, Ю.Бажал, Л.Федулова.

Постановка завдання. Розвиток інформаційної індустрії є об'єктивною необхідністю і однією із складових прогресивних змін в економіці держави. Відповідно визначення стратегії розвитку інформаційної індустрії являється важливим напрямком в науці і господарській практиці сучасного суспільства.

Виклад основного матеріалу. З наукової точки зору інформація належить до початкових, невизначених або аксіоматичних понять. Як відображення явищ реального світу, інформація розкриває суть явищ чи процесів через такі процедури, як збір, передача, перетворення і забезпечення суб'єкта достовірними відомостями. В цьому відношенні інформація поєднує в собі чимало властивостей, а, щоб зрозуміти її суть, слід виділити найсуттєвіші характеристики інформації.

За своєю природою інформація є об'єктивною, оскільки вона відображає процеси, які проходять у реальних системах, і виражає якісну визначеність або кількісну міру властивостей, взаємозв'язків і взаємодій, що протікають в реальному житті. Але інформація має й абстрактний характер. Це найбільш повно проявляється в описах різноманітних процесів з допомогою такої універсальної мови, як математика. Математичні описи, що мають суто абстрактний характер, дозволяють передбачити процеси та рухи реально існуючих об'єктів. Це означає, що інформація одночасно є і абстрактною, і конкретною. Річ у тому, що та інформація, яку отримує суб'єкт з навколишнього середовища в натуральній формі, завжди конкретна, але суб'єкт негайно перетворює її в абстрактну, якою починає оперувати в процесі спілкування з іншими суб'єктами. Інформація завжди пов'язана з пам'яттю суб'єкта, в якій вона одночасно зберігається в двох видах: реальна, або об'єктивна Інформація про навколишнє середовище реального світу, і абстрактна, що виступає в закодованому виді, де кодом виступає мова, якою володіє суб'єкт.

Щоб мислити та спілкуватися з іншими суб'єктами, доводиться займатись кодуванням і декодуванням, тобто переходити від образу до коду і навпаки. Та інформація, що спостерігається в навколишньому середовищі в натуральній формі і сприймається органами відчуттів, є первинною, а та, що отримується в закодованій формі в процесі навчання та мислення - вторинна. Саме вторинна інформація виділила людину з навколишнього світу, забезпечила передачу знань між поколіннями, а отже, і розвиток людського суспільства.

Важливим є те, що Інформацію, як і енергію, слід віднести до реальних і матеріальних процесів. Але її особливість полягає в тому, що віддаляючись від процесу або об'єкта, що відображається, Інформація не розсіюється, а служить засобом пояснення закономірностей реального світу і його перетворення.

Інформаційна індустрія становить близько 1000 млрд. дол., темпи її розвитку найвищі на світовому ринку - 11% щорічно (що в середньому становить 6–8%, а в

таких країнах, як Китай, В'єтнам, Польща - 25 - 27%), але попит залишається незадоволеним і продовжує зростати [1]. В Україні питома вага інформаційної індустрії у ВВП становить 0,48%, у той же час в США - 2,5 - 4,5%, у Росії - 1%[4]. Основною метою ефективного функціонування інформаційної індустрії є здатність забезпечити організацію взаємовигідного обміну інформаційними продуктами між всіма учасниками ринку.

Якщо зробити короткий історичний екскурс, то можна сказати: інформація до недавніх пір була класичним прикладом суспільного блага, споживання якого було неконкурентним. Більшість продуктів інформаційної діяльності за своїм статусом були суспільними благами і, як правило, в даному випадку держава брала на себе відповідальність за весь процес регулювання виробництва і розподілу саме тих інформаційних благ, без яких суспільство не має можливості нормально функціонувати і розвиватися.

Так значний обсяг інформації формується в органах влади, мається на увазі законодавча база. Великий масив інформації знаходиться в наукових установах у вигляді звітів, раціоналізаторських пропозицій. Виробниками інформаційних ресурсів є видавництва відповідного спрямування, наукові та галузеві збірники. Таким чином формується частина неринкових інформаційних товарів та послуг, які реалізуються державою або некомерційними структурами за цінами, що не мають економічного значення, а з метою задоволення індивідуальних потреб домашніх господарств і суспільства в цілому.

Відповідно виникають питання: чи можливо що інформаційні товари та послуги будуть існувати виключно як суспільні блага, хто визначить максимально ефективний обсяг виробництва суспільного блага та нарешті, хто платитиме за інформаційні товари та послуги.

Наявність сучасних трансформаційних процесів, які ведуть до створення цілісної економічної системи, що функціонує на ринкових принципах, поступово наділяють інформацію товарними властивостями. Неринкові товари та послуги переходять до ринкових, тобто відбувається становлення окремого виду економічної діяльності - інформаційної. Таким чином, ринкові відносини внесли в розвиток інформаційної індустрії свої корективи - на ринку з'явилася частина інформаційних товарів та послуг, яка призначена для реалізації та реалізується за економічно значущими цінами.

Ринкові відносини визначають і нові правила поведінки: користування інформаційними товарами та послугами повинно бути платним, що, по-перше, необхідно для матеріальної винагороди тих, хто генерує інформацію і забезпечує функціонування інфраструктури її збереження, продажу, використання; по-друге, застосований принцип платності за інформаційні товари та послуги буде спонукати виробників інформації до активного вивчення потреби споживачів і намагання максимально задовольнити їх попит на інформаційні товари та послуги, тим самим підніметься рівень важливості і цінності інформації.

Крім того, можна сказати, що характерними закономірностями функціонування інформаційної індустрії в умовах ринкових перетворень є наявність таких фактів:

1) неухильно збільшується частка інтелектуальної праці, яка міститься в запропонованих інформаційних товарах та послугах;

2) основним напрямком у формуванні інформаційних продуктів є максимальне врахування і задоволення індивідуальних потреб споживачів, тобто їх індивідуалізація (зникає безадресне вироблення або надання інформаційних товарів та послуг);

3) формується широкий і різноманітний спектр інформаційних товарів та послуг і відповідно здійснюється перехід від задоволення споживчих потреб до вирішення ділових завдань, що дозволяє споживачу обирати найбільш прийнятний комплекс послуг, який відповідає потребам, меті дослідження, фінансовим можливостям;

4) нові інформаційні товари та послуги не знищують раніше існуючі види

інформаційних продуктів, вони тільки доповнюють і частково змінюють їх у відповідності із вимогами часу і розвитком науково-технічного прогресу.

Зрозуміло, що, орієнтація державного сектору на безприбутковість і небажання виходити на інформаційний ринок можуть мати не бажані наслідки. З іншого боку, повний перехід інформаційної діяльності на комерційні засади може поставити під загрозу загальнодоступність інформації [3]. Роль держави полягає у встановленні чітких правил функціонування інформаційної індустрії та всіх її складових. Відповідно на кожному етапі економічного розвитку необхідно дотримуватися оптимального співвідношення між безкоштовним і платним наданням та споживанням інформаційної продукції. Звичайно, повинен залишитися окремий перелік загальнодоступних інформаційних товарів та послуг, який буде вироблятися для населення безкоштовно, що є необхідним для швидкого і стійкого розвитку всього суспільства і його продуктивних сил.

Аргументом на користь збереження державного сектору в індустрії інформації виступає те, що наука, техніка і виробництво потребують об'єктивної та сучасної інформації для прийняття державних рішень і проведення відповідної державної політики.

Наявність і ймовірне збереження значної частки держави на ринку інформаційних товарів та послуг пояснюється як двоїтим характером інформації (з одного боку це товар, з іншого - суспільне благо), так і різницями в цільових установках і стимулах інформаційного обслуговування (попит і ефективність для приватного сектору, вимоги розвитку економіки і суспільства - для державного сектору), все ще існуючою збитковістю підготовки інформації та її введення в інформаційні системи, прибутковістю її розподілу і розповсюдження [2].

Однак, поступово інформаційна діяльність збільшує обсяги своєї комерціалізації, що призводить до зростання інформаційної індустрії. Зріст прибутковості інформаційної діяльності стимулює до надходження додаткових інвестицій в індустрію інформації, а здорова конкуренція - до своєчасного введення нововведень.

На сучасному етапі розвитку інформаційна продукція представлена широким спектром інформаційних товарів та послуг: консультації з питань інформатизації, створення програмного забезпечення, оброблення даних, робота з базами даних, технічне обслуговування і ремонт офісної та комп'ютерної техніки, крім того постійно створюються нові напрямки, які передбачають пошук нових форм і методів роботи та відповідно надання нових послуг.

За даними 2011 року лідируючі позиції серед основних видів інформаційних продуктів займають такі напрямки: розробка програмного забезпечення 55%, робота з базами даних 47%, консультації з питань інформатизації 32% [4].

Найвища ж концентрація інформації має місце у високо урбанізованих та індустріально-розвинутих регіонах. Так, найбільш високий попит на інформаційні товари та послуги в м. Києві, де в 2011 році обсяг реалізованих продуктів склав 985929,1 тис. грн., на другому місці Харківська область (155051,7 тис. грн.), далі йдуть Львівська (125537,6 тис. грн.), Донецька (103750,9 тис. грн.), Дніпропетровська (94505,3 тис. грн.) області [4].

Високий рейтинг споживання інформаційних товарів та послуг у вище вказаних областях та в м. Києві підтримується в основному за рахунок реалізованих інформаційних продуктів підприємствам - в середньому це складає 95%, решта припадає на населення та інших споживачів.

Споживання інформаційних продуктів підприємствами і установами пояснюється бажанням володіти, використовувати і виробляти конкурентоспроможну продукцію, яка набуває особливої актуальності в умовах ринкових перетворень. І навпаки - низький відсоток споживання інформаційних товарів та послуг населенням пояснюється тим, що основними причинами, які не заохочують населення України до

споживання інформаційних продуктів, є:

а) низька купівельна спроможність громадян і висока вартість інформаційних товарів та послуг;

б) цінова політика на інформаційному ринку, яка не є звичною для населення у зв'язку з тим, що звикли отримувати інформацію в якості суспільного блага;

в) необізнаність населення щодо всього спектра інформаційних товарів та послуг і майбутніх переваг як кінцевого результату використання продукту.

Таким чином, найважливішими умовами для широкого поширення такого виду інформаційної діяльності як інформаційні товари та послуги є: з одного боку, наявність високого рівня життя (досягається за рахунок науково-технічного прогресу і суспільства масового споживання), з іншого - здатність суспільства, по мірі досягнення такого рівня розвитку, переорієнтуватися на отримання не тільки кількісних результатів, а і якісних.

Отже, в умовах ринкових перетворень інформаційна індустрія починає виконувати такі основні задачі: намагається максимально задовольнити існуючий попит на інформаційні товари та послуги; змушує сплачувати всіх учасників за надані товари та отримані послуги; стимулює підвищення ефективності економічної діяльності; поліпшує взаємодію виробників товарів та послуг за рахунок підсилення елементів саморегулювання.

На даному етапі розвитку можна визначити ряд характерних особливостей функціонування інформаційної індустрії в умовах ринкових перетворень:

- інформація, інформаційні товари та послуги в ринкових умовах стають товаром незалежно від того, на які кошти вони були виготовлені (державний бюджет або приватні кошти);

- частина інформаційних товарів та послуг використовується безкоштовно, не набираючи форми інформаційного продукту. Відповідно інформаційні товари та послуги надаються як державою так і ринком;

- отримуючи від інформаційної структури інформацію, споживач сплачує не стільки за саму інформацію, скільки за інформаційну послугу, тобто послугу по обробці, аналізу, наданню продукту;

- відслідковується велика роль держави у функціонуванні інформаційної індустрії, а тому необхідним стає визначення оптимального співвідношення між платним і безкоштовним споживанням і наданням інформаційних продуктів, відповідно виникає гостра необхідність у втручанні держави в інформаційну діяльність і встановленні чітких правил функціонування;

- приватний сектор, який надає інформаційні товари та послуги, зіштовхується з проблемою захисту інформаційних продуктів (патенти, авторські права), а вартість захисту прав виробника фактично збільшує вартість самого інформаційного товару або послуги;

- до цього часу існують різного роду обмеження на вільний продаж інформаційних товарів та послуг, пов'язані із політичними, правовими, економічними, державними таємницями.

Висновки. Сьогодні ми маємо ще недостатньо розвинуту інформаційну індустрію. Відповідно для інформаційної індустрії вкрай важливим є втручання держави у її функціонування.

Отже, враховуючи ситуацію в країні та міжнародну практику щодо розвитку інформаційної індустрії, необхідно зазначити, що інформаційна діяльність потребує регулювання і координації з боку держави. При різноманітності підходів щодо розвитку інформаційної індустрії у різних країнах, можна виділити *два основних напрями* такої політики: по-перше, щодо розвитку інформаційної індустрії як сфери, за допомогою якої розвивається інформаційна економіка або економіка знань; по-друге, щодо розвитку інформаційної індустрії як каталізатора соціально-економічного

розвитку країни і формування інформаційного суспільства.

Великою проблемою для України є те, що всі ці моделі втягують країну у жорстку конкурентну боротьбу при наявності дуже обмежених соціально-економічних ресурсів (малі обсяги ВВП, обмеження в обсягах фінансового, людського, соціального та інших капіталів, кризовість сьогоденної ситуації в економіці).

Економіка потребує запровадження і здійснення державою інформаційної політики. Основними напрямками моделі державної інформаційної політики в напрямку підвищення ефективності функціонування інформаційної індустрії в умовах ринкових перетворень мають бути:

- 1) створення споживчого ринку на продукти інформаційної індустрії;
- 2) розвиток конкурентоспроможності інформаційних товарів та послуг;
- 3) заохочення інвестицій в інформаційну індустрію;
- 4) створення державної системи моніторингу ринку інформаційних товарів та послуг.

Таким чином, основним завданням має бути створення і підтримання інформаційного напрямку в економіці країни. Це має стимулювати конкурентоспроможність нашої пропозиції на світових ринках, сприяти підтримці прогресивних форм і методів використання інформаційних продуктів, посилити співробітництво у здійсненні політики в сфері інформаційних товарів та послуг.

Література

1. Геєць В. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні. / Геєць В. – Х. : Форт, 2008.-436с.
2. Роль інформації у формуванні ринкової економіки./ Бажал Ю., Бакуменко В., Бондарчук І., Грицяк Н. та ін. – К. : К.І.С., 2009. - 384с.
3. Пономаренко Н. Особливості розвитку інформаційного ринку : [Монографія]. / Пономаренко Н., Фінагіна О. – Донецьк : Юго-Восток, 2008. - 193с.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.