

ГЕНЕЗА ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ

У статті проаналізовано сутність закономірностей здійснення державного регулювання розвитку інформаційного ринку. Визначено специфіку ринку інформаційних послуг, яка полягає в корисності для споживачів, зокрема при розробці та впровадженні організаційно-розпорядчих рішень. Фактична корисність (релевантність) інформації безпосереднім користувачам дає змогу відрізнити її від даних, які слугують лише відомостями про різні об'єкти, подані у формалізованому вигляді, придатному для обробки автоматичними засобами за можливої участі людини.

Ключові слова: державне регулювання, інформація, закономірності функціонування, потреби, ринок, рішення, споживачі.

ВСТУП

На різних етапах свого розвитку людство завжди користувалося певними відомостями, даними і знаннями. Рівень поінформованості суспільства й потреб у конкретній інформації визначався рівнем розвитку виробництва і людства загалом. Розвиток інформаційних технологій (ІТ) спричинив трансформацію відомостей, даних, знань, що застосовуються для потреб життєдіяльності на новий економічний ресурс — інформацію. Донедавна в економічних ученнях розглядалися три складові виробництва — природні ресурси, праця і капітал, які, як відомо, заміщують одна одну.

Сучасні ІТ дають змогу використовувати величезні масиви даних у режимі реального часу і в просторі, причому за вартістю, що постійно знижується. Як наслідок, інформація стає більш важливою складовою економічного процесу, ніж традиційні компоненти — природні ресурси, праця і капітал. Проте слід зауважити, що інформація не може бути таким самим агрегованим ресурсом, як земля, праця, капітал.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Суттєвий внесок у розвиток інформаційної економіки зробили такі вчені, як В. Глушков, Ю. Канигін, Ю. Багал, Г. Громов, Г. Бурлак, А. Добровольська, К. Казанцева, Н. Бузова, С. Лазарева, Є. Савельєв (нова економіка — економіка знань), В. Базилевич, В. Бодров, С. Сняков, Г. Почепцов як політолог, вчені у сфері технічних та природничих наук — А. Загородній, Г. Зінов'єв, Є. Мартинов та ін. Проте на сьогодні закономірності розвитку і функціонування інформаційного ринку залишаються ще недостатньо дослідженими. Перш за все, потребує свого якісного вдосконалення категоріальний апарат теорії інформаційного ринку.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті — проаналізувати сутність закономірностей та розкрити специфіку ринку інформаційних послуг.

РЕЗУЛЬТАТИ

Інформація — це передусім продукт-послуга, яка може капіталізуватися і набувати ознак економічного ресурсу, що прискорює виробництво й оборот капіталу, сприяє ефективному використанню трудового потенціалу.

Наприклад, одним зі способів зменшення оборотного капіталу за рахунок ІТ можуть вважатися системи оперативного управління виробництвом і доставки комплектів приміщення, а й взагалі відпадає потреба в складуванні.

Виникли нові галузі виробництва, саме існування яких базується на комп'ютерній обробці інформації.

Ефективна економічна діяльність у цей час базується на перетворенні інформації, яку можна визначити як цілеспрямований обмін упорядкованими даними (отримання і передавання відомостей) між господарськими або іншими структурами та фізичними особами. Доцільно сказати, що інформація є мірою впорядкованості та стійкості економічної системи. Спрощено останню варто розглядати як сукупність впливів людини на деякі ресурси з метою реалізації індивідуальних і суспільних інтересів та задоволення своїх потреб, у процесі яких багато разів відбувається перетворення інформації.

Сучасне матеріальне виробництво базується на промислових технологіях, які дедалі більше потребують розширеного обміну інформацією, тобто залежать від ступеня досконалості процесів обробки даних. Загалом взаємодія суб'єктів виробництва має винятково інформаційну сутність. Характерне для ринкової економіки вільне волевиявлення людей складається через аналіз різномірної інформації (вона може бути викривленою, спрямованою

на зміну споживчого попиту, усунення конкурентів та ін.). Отже, економічні процеси завжди є результатом перетворення інформації. На них значно впливають умови створення, опрацювання і передавання даних.

Навоколишня реальність у ході щораз більш активних дій з перетворення інформації стає інформаційним середовищем, яке часто називають кіберпростором або інфосферою. Сукупність засобів обчислювальної техніки і високошвидкісних комунікаційних каналів дає змогу інформації, а їй впливати на світову економіку. Остання поступово починає функціонувати в умовах об'єднаного ринку, коли наявні товари віртуально зосереджені в одному місці. Географічні, етнічні, політичні та інші кордони дедалі менше перешкоджають обміну економічною інформацією, який набуває глобального характеру.

У результаті розглянутих вище процесів праця перетворюється з одноманітної рутини на творчу діяльність, що базується на знаннях. Інформаційна діяльність стає вирішальною складовою як виробництва, так і споживання, її можна розглядати як єдину субстанцію, що об'єднує предмети, засоби та продукти праці. Виробники намагаються заздалегідь дослідити кон'юнктуру ринку, готові заплатити великі гроші за відомості про продукцію конкурентів, витрачають значні кошти на рекламу та ін.

Як і будь-який товар, цінну інформацію можна продати і купити. Проте, на відміну від матеріальних благ, на ринку яких наявна не тільки готова продукція, а й напівфабрикати, інформаційні ресурси найчастіше набувають вартості тільки у готовому вигляді. У традиційному виробництві його обсяги пропорційні до капітальних витрат, індустрія ж інформаційного суспільства цьому класичному постулату економічної теорії не підлягає.

Цінність матеріальних ресурсів має просторову сутність. Цінність же інформаційних ресурсів базується на часовій сутності, тобто, як правило, інформація є найціннішою в момент її виникнення (створення). З тиражуванням цінність її значно зменшується. Саме часова сутність інформації лежить в основі біржових спекуляцій, інвестиційної привабливості наукових розробок, рекламних прибутків засобів масової інформації (ЗМІ) тощо. Проте не можна заперечувати в окремих випадках і просторову сутність інформації. Існує інформація упереджувальна (профілактична) щодо попередження інфекційних захворювань, поширення ж реклами сприяє просторовому руху товару.

Крім цього, інформація може бути повною і неповною, достовірною та недостовірною, відкритою і прихованою, тому однозначно стверджувати, що це ресурс у класичному розумінні не можна, але в тому, як вона взаємодіє і трансформує процес використання економічних ресурсів, інформація все ж виконує функції ресурсу.

Як вітчизняною, так і зарубіжною економічною наукою не вироблено єдиного загальноприйнятого трактування поняття "інформаційна сфера економіки". Для її позначення використовуються різні терміни: "інформаційна економіка" (information economy), "індустрія знань" (knowledge industry), "інформаційна індустрія" (information industry), "інформаційна галузь" (information branch) тощо.

До перших зарубіжних дослідників структури інформаційної сфери слід зарахувати американського економіста Ф. Махлупа — автора концепції індустрії знань. У його працях "знання" набуває кількох значень: одне значення — це те, що пізнано, а інше — сам факт пізнання.

Цю частину економіки він розглядав як сукупність різних об'єктів, що виробляють знання, інформаційні товари та послуги як для себе, так і для інших. Згаданий вчений ввів поняття "сфера виробництва та розповсюдження знань". Знання — це "дещо, відоме комусь", а виробництво знань — це процес, за допомогою якого "хтось дізнається про що-небудь, до того йому невідоме", навіть якщо воно відоме іншим. Ф. Махлуп також зазначив різницю між знанням та інформацією: інформувати — це означає передавати знання; знати може бути результатом інформації. Інформація як акт інформування проводиться з метою вкладення знань в розум іншого. Інформація в значенні "те, що передається", стає рівнозначною знанням у значенні "те, що пізнано". Ф. Махлупу також належить висновок, у що будь-яка інформація в звичайному значенні цього слова є знаннями, хоча не всі знання можна назвати інформацією [4].

За Ф. Махлупом, "індустрія знань" охоплює численні види людської діяльності, які можуть бути об'єднані у такі п'ять груп: 1) наукові дослідження та розробки; 2) освіта; 3) засоби масового спілкування; 4) інформаційні машини; 5) інформаційні послуги.

У цій індустрії зайняті представники різних спеціальностей: "творці оригінальних знань"; аналізатори; передавачі; перетворювачі інформації; інтерпретатори інформації.

Ці види діяльності є складовою валового продукту за трьох умов: 1) якщо їх можна зарахувати до "індустрії знань"; 2) якщо виробництво і поширення знань "вимагає оплачуваних послуг людини або оплачуваних матеріалів та обладнання і ці витрати піддаються обліку"; 3) якщо ці знання є кінцевим продуктом, а не напівфабрикатом.

На нашу думку, інформація — сукупність відомостей про факти, об'єкти, події та ідеї, які в цьому контексті мають цілком певне значення (або сукупність символів-образів, що мають змістове навантаження). Її можна створювати, передавати, зберігати, шукати, приймати, розмножувати, обробляти, знищувати. Обов'язкова вимога до інформації — наявність її носія, джерела і приймача та каналів зв'язку між ними. З поведінкової точки зору створення порції інформації здійснюється з певної причини, а одержання цієї інформації може привести до певного результату — спостережуваної дії чи розумової операції.

Далі наведемо виробничий підхід М. Порета до інформаційної індустрії. Він розглядає її у комплексі виробництва, а не як окремо і самостійно існуючий об'єкт. Галузі, що входять до первинної частини інформаційної економіки, виробляють товари та послуги, пов'язані з виробництвом, обробленням, розподілом і передаванням інформації. Ця частина економіки забезпечує технологічну основу інформаційних процесів і охоплює товари та послуги, які безпосередньо переносять інформацію (наприклад, книги), а також прямо використовуються у виробництві, обробці та розподілі інформації (наприклад, ЕОМ). До цієї первинної частини інформаційної економіки М. Порет зарахував такі види діяльності: 1) виробництво знань і винахідницьку діяльність; 2) розповсюдження інформації та зв'язок; 3) страхування; 4) координаційні галузі; 5) оброблення інформації; 6) виробництво інформаційних товарів; 7) управлінську діяльність; 8) інформаційну інфраструктуру [2; 5].

Вторинна частина інформаційної економіки охоплює галузі, в яких здійснюється інформаційна діяльність для виробництва "неінформаційних" товарів і послуг, її дуже важко виміряти. До неї входять і так звані інформаційні

"квазіфірми", які діють усередині "неінформаційних" галузей та "продають" свій інформаційний продукт тільки в межах цих галузей (у такому разі вартість їхнього продукту або послуг зараховується до вартості кінцевого продукту або послуг організації, галузі). Прикладом може слугувати інформаційно-обчислювальний центр підприємства будь-якої галузі.

М. Порет обраховував частку вторинного сектора інформаційної економіки, яку включав до валового національного продукту, як кількість грошей, що виплачуються "інформаційним працівникам", а також амортизацію від інформаційних машин, які зайняті та використовуються в "неінформаційних" галузях.

Усіх інформаційних працівників (інформаційні професії) згаданий вчений поділив на чотири групи: 1) виробники інформації, які створюють нову або готують вже існуючу інформацію для використання у зручній для споживача формі: наукові працівники, "складальники" інформації в науково-технічній діяльності, "виробники" ринкової інформації, консультаційні організації; 2) обробники інформації, пов'язані з отриманням даних і регуванням на них: адміністративний та управлінський персонал, персонал, який здійснює контроль і диспетчеризацію, клерки; 3) розподільники інформації, пов'язані з передаванням інформації: викладачі, працівники зв'язку; 4) інформаційна інфраструктура, яка охоплює види діяльності, пов'язані з обслуговуванням інформаційної технології.

Спробу узагальнити та сформулювати підхід до тлумачення поняття "інформаційна сфера" як частини загальної економіки зробила С.Ф. Лазарева. Інформаційну сферу економіки вона розуміє як сферу суспільно-виробничих відносин, пов'язаних з отриманням і використанням інформаційних ресурсів, сферу інформаційної діяльності людей, пов'язану з переробкою та створенням інформаційних продуктів і наданням інформаційних послуг.

Структура інформаційної сфери могла би складатися, як і у М. Порета, з двох секторів: первинного і вторинного.

Перший сектор має об'єднати структури, пов'язані з розробленням і використанням апаратних та програмних засобів інформатики, нових інформаційних технологій, а також з інформаційним сервісом населення. У цьому секторі інформаційна діяльність є основною.

Другий сектор має об'єднати інформаційні процеси та системи всередині інших, "неінформаційних" галузей економіки, пов'язаних із виробництвом і перетворенням сировини, матеріалів та енергії (промисловість, сільське господарство, енергетика тощо). Для цього сектора інформаційна діяльність не є основною.

До видів інформаційної діяльності належить: виробництво інформації, розподіл і поширення інформації, споживання інформації, обслуговування інформаційної діяльності.

Ці види інформаційної діяльності реалізують інформаційні працівники таких узагальнених професій: виробники інформації; розподільвачі і поширювачі інформації і працівники, які обслуговують основну інформаційну діяльність, та споживачі інформації. Зазначені види інформаційної діяльності та професій охоплюють і "вужчі" сфери діяльності та спеціальності.

Та або інша сукупність видів інформаційної діяльності утворює ті або інші специфічні види інформаційного виробництва, які можуть переплітатися як сфери діяльності

всередині інформаційних і "неінформаційних" галузей економіки. При цьому ті галузі, де наведені види інформаційної діяльності та відповідних виробництв є основними, можна зарахувати до первинного інформаційного сектора.

Структурна побудова галузі залежить від багатьох факторів, серед яких основними є: 1) кількість підприємств (фірм) у галузі; 2) частка ринку, що припадає на одне підприємство, на перших чотирьох-п'яти підприємств; 3) ступінь диференціації продукції, що випускається галузю; 4) зміна попиту на продукцію галузі, реакція ринку на відповідні зміни цін; 5) оперативність здійснення змін на підприємствах індивідуальних постачальників через зміну попиту в галузі; 6) розміри і характер капіталу, необхідного конкурентові, щоб увійти в цю галузь та ефективно провадити свою справу; 7) канали розподілу, використовуваний індивідуальним постачальником; 8) характер конкуренції між постачальниками продукції в цій галузі (вплив цінового фактора); 9) розміри інвестицій у науково-дослідні роботи і розроблення нових видів продукції, час, необхідний для випуску нових товарів; 10) коефіцієнти витрат, ефективність, прибутковість, співвідношення між постійними і змінними витратами, а також загальною величиною витрат, сприйнятливість галузі до впливу зовнішнього середовища (з боку уряду, економічних, технологічних, соціальних факторів); 11) існуючий та потенційний "виклик" з боку інших галузей; 12) практика злиття або об'єднання у цій галузі [2].

Розглянемо галузеву структуру первинного сектора економіки. Передусім у ній виокремлюється сукупність галузей, де панівними (але не єдиними) є види діяльності, що належать до виробництва інформації, — галузі інформаційного виробництва. При цьому залежно від відношення тих або інших видів інформаційної діяльності до, власне, виробництва інформації в галузях інформаційного виробництва можна виділити три групи більш специфічних інформаційних галузей, а саме: виробництво інформації як нових знань; підготовка наявної інформації до використання в зручній для споживача формі; накопичення та зберігання інформації.

До першої групи інформаційних галузей належать такі традиційні сфери діяльності: ідеологія і політика, мистецтво, наука, винахідництво та раціоналізація. Відомо, що всі ці види інформаційної діяльності є різними формами відображення дійсності й суспільної свідомості.

До другої групи галузей інформаційного виробництва — підготовки інформації до споживання (використання) — належать такі традиційні сфери діяльності та види виробництва: видавництво і поліграфія; радіо-, теле-, кіно- та фотовиробництво; проектування і дослідно-конструкторська діяльність. Усі ці інформаційні галузі не створюють нової інформації, однак за їхньою участю виробництво інформації набуває певного завершення. Наприклад, нове наукове знання оформляється у вигляді проєктів і дослідно-конструкторських робіт, нове знання в мистецтві — у вигляді радіо- або телепрограм, кінофільму, фоторобіт тощо.

Третя група галузей виробництва інформації — накопичення та зберігання інформації — об'єднує такі галузі людської діяльності й види виробництва, як архівна і бібліотечна справа, створення та ведення різних інформаційних фондів та ін. За їхньою участю виробництво інформації набуває певного завершення ("продукція на складі"). Цю продукцію "зі складу" до споживача доводять інформаційні галузі, що входять до складу специфі-

чної сукупності галузей первинного інформаційного сектора — галузей розподілу та поширення інформації. До цієї сукупності галузей належать такі традиційні сфери діяльності, види виробництва й галузі економіки: освіта, навчання, підвищення кваліфікації кадрів і консультування; пошта, телефон, телеграф, телебачення; театри й кіно-театри; система науково-технічної інформації; книжкова торгівля.

Галузями-споживачами інформації, які належать до первинної інформаційної сфери, є: управління (включаючи апарат управління міністерств, підприємств, об'єднань та організацій, що входить до вторинного інформаційного сектору); політичні й громадські інститути; кредитування та державне страхування.

Допоміжні галузі інформаційної сфери охоплюють сфери діяльності та види виробництва з обслуговування основних інформаційних галузей первинного інформаційного сектора й інформаційної діяльності галузей вторинного інформаційного сектора. Це передусім галузі, що обслуговують інформаційні техніку, технології та системи, а також їхні компоненти.

Взявши до уваги розглянуту вище концепцію інформаційної сфери економіки, неважко обчислити її "вагу" в економіці країни, яка є сумою "ваг" окремих галузей, що входять до її складу. За орієнтовними підрахунками, вона перевищує 50% ВВП, що співвідноситься з показниками розвинених країн світу, а з цього випливає, що увага до цієї сфери з боку нашої держави та уряду має співвідноситися з увагою, яка приділяється їй у цих країнах [1; 3].

Поширення ІТТ характеризується всепроникним характером і швидкістю впровадження в усі сектори — у промисловість, сферу послуг, державне управління, освіту й т. ін. Здійснюють вони вплив і на повсякденне життя людей. З огляду на такий масштабний вплив можна було б очікувати високих темпів економічного зростання. Однак насправді вплив ІТТ залежить від їхньої соціальної прийнятності, від тих структурних та інституціональних змін, які необхідно зробити для повної реалізації потенціалу ІТТ: реорганізації бізнесу, переосмислення взаємовідносин держави і частки сектора, нового виду організації роботи, нових механізмів регулювання. Однак ці й інші інституціональні перетворення значно відстають від темпів технологічного прогресу.

Те, що інформаційний ресурс набуває дедалі більшого значення та має дедалі більший вплив на всі сфери суспільного життя, дає змогу вести мову про поступовий перехід до нового економічного ладу — інформаційного суспільства.

Інформаційний потенціал країни можна визначити як здатність вирішувати поточні й перспективні завдання інформаційного обслуговування суспільного виробництва на рівні оптимальних можливостей, визначених досягнутим у цей період середнім світовим рівнем розвитку інформаційної технології.

Поява інформаційної індустрії пов'язана з тим, що основні ресурси розвинених країн сьогодні залучені до інформаційного сектора економіки; інформація стає одним із найважливіших продуктів суспільного виробництва, а сучасна економіка — інформаційною економікою. Процес фундаментальних перетворень продуктивних сил суспільства, зумовлений збільшенням використання в суспільному виробництві знань і прискореним оновленням інформаційної технології, розпочався доволі давно і ще наприкінці 1970-х років дістав назву "інформаційна революція".

Формування індустрії інформації та перетворення економіки на інформаційну економіку пов'язуються з надзвичайно швидким розвитком інформаційної техніки й технології, зростанням відповідних галузей промисловості, що виробляють обчислювальну техніку (включаючи програмне забезпечення), засоби комунікації, оперативного копіювання, тобто засоби обробки інформації.

У межах інформаційно-комунікаційного комплексу фахівці ЮНЕСКО виокремлюють три наступні основних сектори [4].

1. Діяльність з підготовки інформації. Залежно від типу інформації і засобів її поширення цей сектор може бути поділений на: пресу, видавничу діяльність, аудіозапис; телебачення, радіомовлення й кіно.

2. Інформаційні послуги, тобто діяльність з обробки та поширення інформації. Цей сектор традиційно поділяють на: обробку інформації, включаючи поліграфію; діалогові інформаційні послуги; обробку даних; програмне забезпечення; поштові послуги; телекомунікаційні послуги.

3. Засоби обробки інформації, тобто діяльність з виробництва обладнання, необхідного для підготовки і поширення інформації та надання інформаційних послуг. Цю сферу можна поділити на: виробництво обладнання для обробки даних і конторського обладнання (до нього в розвинених країнах традиційно зараховують ПЕОМ); виробництво телекомунікаційного устаткування; виробництво електронних носіїв тривалого використання; виробництво електронних засобів вимірювання і контролю, навігаційного обладнання, медичної електроніки.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження потрібно зазначити, що існування будь-якого ринку потребує наявності продукту цього ринку. Отже, важливість інформації — одна з характеристик сучасної постіндустріальної епохи. При цьому визначальною її особливістю вважають корисність для споживачів, зокрема при розробці та впровадженні організаційно-керівних рішень. Фактична корисність (релевантність) інформації безпосереднім користувачам дає змогу відрізнити її від даних, які є лише відомостями про різні об'єкти, подані у формалізованому вигляді, придатному для обробки автоматичними засобами за можливої участі людини.

Під інформаційним ресурсом слід розуміти особливий вид ресурсу, заснований на ідеях та знаннях, накопичених у результаті науково-технічної діяльності людей і поданий у формі, придатній для накопичення, реалізації й відтворення.

Література:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність / В.Д. Базилевич. — К.: Знання. 2006. — С. 23—87.
2. Дракер П. Следующая информационная революция. — Режим доступу: http://www.consulting.ru/main/soft/texts/m2/013_revolution1.htm.
3. Іжик П. В Україну прийшов комп'ютерний бум / П. Іжик // День. — 2001. — № 213(1234) від 21 листопада. — С. 3.
4. Паньков В. Общевропейское экономическое пространство: возможности и перспективы / В. Паньков // Мировая экономика и международные отношения. — 2003. — № 3. — С. 45—78.
5. Porat U.M. Defining an information Sector in the US Economy / U.M. Porat // Information Reports and Bibliographies. — 1978. — Vol. 5, № 5. — P. 17—31.