



## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

**В. В. Ковальчук,**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту, економічної теорії та фінансів  
Хмельницького університету управління та права*

**Т. О. Поліщук,**  
*аспірант Хмельницького національного університету*

УДК 338+347

### ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ

*Досліджено економічні та правові фактори, які обумовлюють  
розвиток інформаційного ринку.*

**Ключові слова:** інформація, інформаційний ринок, інформаційна діяльність,  
інформаційне право.

Інформація визнана стратегічним ресурсом на світовому рівні. Розвиток інформаційних технологій призводить до того, що інформація використовується не тільки як засіб виробництва, але й як самостійний об'єкт ринкових відносин. З приводу виробництва, обробки, розповсюдження, захисту, використання інформації та її похідних продуктів виникає безліч відносин серед великої кількості суб'єктів ринку. Поширення інформації та інформаційних технологій у якості товару формує інформаційний ринок, розвиток якого обумовлює низка економічних та правових факторів. Визначення складу цих факторів та оцінка їх впливу є одним з етапів створення ефективної системи управління діяльністю суб'єктів інформаційного ринку. Недосконалість економічного та правового регулювання потребує досліджень у галузях інформаційного менеджменту та інформаційного права.

Дослідженню головних умов та складових розвитку інформаційного ринку багато уваги приділяється в роботах таких авторів: С. Ф. Лазаревої, О. Ю. Чубукової, В. В. Селезньова, О. В. Сосніна, П. А. Страссмана, О. Тоффлера. Правові аспекти розвитку інформаційного ринку досліджені в роботах О. В. Кохановської, І. Л. Бачило, В. Н. Лопатина, М. А. Федотова, М. Я. Швеця, В. С. Цимбалюка та інших науковців.

Інформаційний ринок є однією зі складових у структурі державного ринку, існує поряд з товарним, майновим, фінансовим, ринком праці тощо. Для інформаційного ринку притаманні характеристики товарного ринку, а його діяльність ґрунтується на загальних законах суспільного виробництва, передбачає повну економічну самостійність і відповідальність виробників, свободу підприємництва,



незалежну купівлю-продаж інформаційних ресурсів, продукції та послуг, засобів та ресурсів інформаційного виробництва [1]. Аналізуючи формування національного інформаційного ринку О. Ю. Чубукова, визначає організаційні та економічні аспекти його створення, при цьому до організаційних аспектів автор відносить “розв’язання питань нормативно-законодавчої бази, правового захисту, структуризації за формами власності, підпорядкованістю та виробничими проектами інформаційних структур, розбудови інфраструктури”, а до економічних — “закони попиту й пропозиції, які, у свою чергу, визначають життєвий цикл інформаційних продуктів та послуг, їхні ціни, джерела фінансування” [2].

На нашу думку, організаційні аспекти розвитку треба відокремлювати від правових. На цьому етапі розвитку інформаційного ринку умови діяльності суб’єктів ринку потребують удосконалення як правової основи своєї діяльності, так і організаційної. Економічні аспекти обумовлені попитом та пропозицією, інвестиційною привабливістю інформаційної галузі для інвесторів як складової формування пропозиції та характеристиками цінності інформаційних продуктів та послуг як складової формування попиту.

*Метою статті є з’ясування особливостей діяльності суб’єктів інформаційного ринку та визначення факторів, які стимулюють та дестимулюють інформаційну діяльність.*

Розвиток інформаційної галузі відбувається стрімкими темпами, що свідчить про активність суб’єктів господарювання, які в ній діють. У інформаційно-аналітичному звіті “Про діяльність Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2011 році” визначено, що у січні-листопаді 2011 року обсяг послуг, реалізованих споживачам підприємствами у сфері інформатизації, становив 6,6 млрд. грн., що у порівнянних цінах на 44,5 % вище рівня відповідного періоду минулого року [3]. За даними агентства, серед видів діяльності переважає розробка програмного забезпечення та консультування в цій сфері. Доходи підприємств від надання послуг комп’ютерного зв’язку у 2010 році склали 4 237 млн. грн., що в 28 разів більше порівняно з відповідним показником 2000 року [4]. Доходи від надання доступу до мережі “Інтернет” за період з 2006 року до 2010 року зросли в 3,6 разів та склали відповідно 3805 млн. грн.

Важливим показником розвитку галузі є обсяг інвестицій в основний капітал. Дані, наведені в табл. 1, свідчать про те, що динаміка розвитку сфери інформатизації є сталою [4; 5]. Незважаючи на скорочення обсягів інвестицій в 2009 році, що обумовлено світовою економічною кризою, вже у 2010 році тенденція їх зростання була відновлена. У січні — вересні 2011 року інвестиції в основний капітал від діяльності у сфері інформатизації склали 307,9 млн. грн., що становило 164,7 % від аналогічного періоду 2010 року та 0,2 % від загального обсягу інвестицій.

Таблиця 1

**Інвестиції в основний капітал у сфері інформатизації**

Показник	Роки							
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>в Україні</b>								
Інвестиції в основний капітал у сфері інформатизації в Україні (млн. грн.)	31	68	91	205	243	283	131	244
індекс інвестицій в Україні, % до попереднього року	69,7	190,7	117,6	213,2	104,2	91,4	42,9	167,9



Продовження табл. 1

у Хмельницькій області								
Інвестиції в основний капітал у сфері інформатизації в Хмельницькій області (млн. грн.)	.*	.*	1,96	2,52	1,25	0,85	0,66	0,18
індекс інвестицій, % до попереднього року	.*	.*	183,1	123,0	44,2	54,3	14,5	118,9

\* — дані відсутні.

Наведені дані відображають зростання інвестиційної привабливості інформаційної галузі та спонукають до удосконалення її правового регулювання. Створення умов для розвитку інформаційного ринку в умовах глобалізації є одним з головних пріоритетів державного управління.

Відповідно до Закону України “Про науково-технічну інформацію”, інформаційний ринок — це система економічних, організаційних і правових відносин щодо продажу і купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг [6].

Інформаційний товар має низку специфічних якостей, які обумовлюють особливості підходів до регулювання інформаційного ринку:

- високу вартість створення та низьку вартість тиражування;
- товар зберігає свою форму після використання, та залишається як в продавця, так і в покупця або користувача, якщо інше не обумовлено договірними зобов'язаннями;

- динамічність складу інформаційних товарів та послуг, яка обумовлена виникненням нових пропозицій у складі інформаційних ресурсів, розвитком інформаційних технологій, появою нових або удосконаленням існуючих інформаційних систем;

- споживачем інформаційного товару є кожна особа, при цьому споживання може відбуватися як на платній, так і на безоплатній основі.

Суб'єктами інформаційного ринку є фізичні та юридичні особи, діяльність яких пов'язана зі створенням, використанням, розповсюдженням інформації та засобів її технічної і програмної підтримки, а також держава, яка бере участь у формуванні його попиту та пропозиції як рівноправний учасник ринкових відносин, та регулює його діяльність через систему владних приписів та забезпечення контролю їх виконання.

При визначенні складу суб'єктів інформаційного ринку треба зауважити, що будь-яка фізична та юридична особа є споживачем товарів та послуг цього ринку у вигляді друкованої інформації та інформації на електронних носіях, інформаційно-комунікаційних технологій і систем тощо. Залежно від споживачів інформаційних продуктів та домінуючих видів інформаційних послуг науковці виокремлюють п'ять секторів інформаційного ринку: ділова інформація, інформація для спеціалістів, споживча інформація, послуги освіти, інформаційні системи і засоби [7].

Водночас головні важелі економічного та правового впливу спрямовані на суб'єкти, які представляють пропозицію на інформаційному ринку. Суб'єкти пропозиції — це фізичні та юридичні особи, які здійснюють інформаційну діяльність.

Визначення інформаційної діяльності міститься в старій редакції Закону України “Про інформацію”. Відповідно до ст. 12 вказаного закону, інформаційна діяльність — це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави [8].

Основні види інформаційної діяльності визначені у ст. 9 Закону України “Про інформацію” в новій редакції від 9 травня 2011 р. [9]. Основними видами



інформаційної діяльності є створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації. Перелік видів, порівняно з попередньою редакцією закону розширено, але визначення вказаних категорій залишились у старій редакції Закону України “Про інформацію”. Відповідно до ч. 1 ст. 4. нової редакції Закону України “Про інформацію” до складу суб'єктів інформаційних відносин належать фізичні особи, юридичні особи, об'єднання громадян, суб'єкти владних повноважень.

Досліджуючи інформаційну сферу економіки та її структуру, С. Ф. Лазарева відзначає, що “... 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: виробництво інформації як нових знань; підготовка існуючої інформації до використання в зручній для споживача формі; накопичення та зберігання інформації” [1]. Цей поділ створює умови для класифікації суб'єктів пропозиції інформаційного ринку залежно від виду діяльності.

Одним з підходів до визначення складу суб'єктів інформаційного ринку є їх перелік за видами діяльності відповідно до затвердженого Держспоживстандартом (наказ від 11 жовтня 2010 р. № 457 із змінами від 29 листопада 2010 р. № 530) національного класифікатору України “Класифікація видів економічної діяльності” (КВЕД), який в оновленій формі повністю відповідає європейській Класифікації видів економічної діяльності (NACE, rev.2) і набуває чинності з 1 січня 2012 р. [10]. У попередній редакції КВЕД одним з головних розділів, який характеризував діяльність на інформаційному рівні, був 72 — “Діяльність у сфері інформатизації”. У новій КВЕД діяльність суб'єктів пропозиції інформаційного ринку рознесена по великій кількості розділів, наприклад: розділ 26 — “Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції”, секція J — “Інформація та телекомунікації” (у складі якої розділ 58 — “Видавнича діяльність”, при цьому група 58.2 — “Видання програмного забезпечення”; розділ 62 — “Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність”; 63 — “Надання інформаційних послуг” і т.д.).

Інформаційний ринок, як і будь-який ринок, базується на таких основних елементах: ціні, попиті та пропозиції, конкуренції.

Особливості ціноутворення в інформаційній галузі були досліджені Л. Ф. Єжовою, яка зауважувала на існуванні проблеми платності інформаційного обслуговування, яка відображає посилення соціальної нерівності споживачів інформації, поряд з тим створюючи умови для вдосконалення інформаційних послуг, визначення реальної цінності інформації та корисності інформаційної служби через її ринкову оцінку [11]. Ціна є індикатором платоспроможного попиту на товар, і в інформаційній галузі залежить від виду інформаційного товару або послуги.

Інформаційному ринку притаманні такі підходи до ціноутворення:

- витратний метод, коли ціна розраховується на основі витрат на виробництво, особливістю структури витрат для товарів та послуг цього ринку є більший відносний показник витрат на оплату праці, порівняно з іншими галузями економіки;

- конкурентний метод, при якому ціна встановлюється залежно від поточних цін на аналогічні інформаційні продукти та послуги та може бути вище середнього рівня (в умов явних конкурентних переваг, розроблених нових функцій) або менше середнього рівня (в умовах конкурентної боротьби);

- метод оцінки цінності, при якому ціна визначається через цінність товару для споживача, а не через витрати продавця.

Для оцінки цінності продуктів інформаційного ринку з боку споживачів використовуються різні методики, які ґрунтуються на визначенні ефективності інформаційних товарів та послуг: фінансові (сукупна вартість володіння, функціонально-вартісний аналіз, чиста приведена вартість, внутрішня норма рентабельності; якісні (інформаційна економіка, швидке економічне обґрунтування,



система збалансованих показників, економічна додана вартість); імовірнісні (справедлива ціна опціонів, прикладна інформаційна економіка, управління портфелем активів) [12; 13; 14; 15].

Треба відзначити, що одним з головних чинників, визначаючих цінність отриманих товарів та послуг, є потенційний та реальний рівень їх капіталізації. Капіталізація в контексті інформації та її похідних продуктів може бути розглянута як процес перетворення ресурсів у вартість, що приносить додаткову вартість, та як показник оцінки ринкової вартості підприємства (ринкова капіталізація) [16, с. 25].

Метою споживання інформації є отримання нових знань та нової інформації. Для підприємств споживання інформації та похідних продуктів спрямоване на капіталізацію, яка знаходить відображення у зростанні вартості фірми, зростанні прибутків, отримання іншого економічного та (або) соціального ефекту.

Споживаючи інформацію, фізичні особи підвищують свій рівень знань, забезпечують зростання своєї конкурентоспроможності на ринку праці. Якщо споживання ефективне, то має місце високий рівень її капіталізації. Натомість якщо споживається недостатня або надлишкова, неякісно підготовлена та структурована інформація, якщо суб'єкт не здатен асимілювати інформацію з об'єктивних (її склад, подання) та суб'єктивних (рівень готовності суб'єкта до сприйняття, представлений тезаурусом, рівень навиків користування різними засобами для отримання інформації) факторів, то капіталізація або не відбувається або її рівень буде занадто низький. Отже, ефект при споживанні інформації залежить як від самої інформації, так і від умов її споживання.

У цьому аспекті проявляється особливість інформаційного ринку: на результати використання продукту значний вплив здійснює сам користувач або споживач. Тому одним з напрямків розбудови інформаційного суспільства та розвитку інформаційного ринку є підвищення комп'ютерної грамотності населення.

Треба зазначити, що забезпеченість домогосподарств персональними комп'ютерами зростає стрімкими темпами, про що свідчать дані, наведені в табл. 2 [4; 5].

Таблиця 2

#### Забезпеченість домогосподарств персональними комп'ютерами

Територіальна характеристика	Роки								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008	2010
В Україні, %	1,0	2,0	3,0	4,0	6,0	9,0	12,0	22,0	25,0
У Хмельницькій області, %	0,8	0,6	1,6	2,7	4,2	6,7	—*	16,5	22,4

\* — дані відсутні.

У багатьох випадках на інформаційному ринку придбання продукту або послуги передбачає в подальшому регулярне користування послугами фірми продавця, наприклад, підписка на інформаційні ресурси, які потребують оновлення, або придбання інформаційної системи, яка потребує супроводження. У подібних випадках подальші взаємовідносини між покупцем та продавцем повинні визначатися на договірному рівні при першій транзакції. Пропозицією передбачаються різні програми лояльності та економічних стимулів для забезпечення подальшої співпраці. Це обумовлено особливістю конкурентної боротьби на інформаційному ринку та більшою швидкістю розповсюдження інформації, порівняно з товарним ринком, у наслідок чого підвищується значення ділової репутації суб'єкта ринку.

Особливістю конкурентної боротьби на інформаційному ринку є використання інновацій та високий рівень адаптаційної здібності всіх суб'єктів; наявність великої кількості закордонних конкурентів, діяльність яких не обмежена у всесвітньому



інформаційному просторі; спрямованість конкурентної боротьби, в першу чергу, на максимальне та випереджаюче задоволення потреб споживачів, і лише потім — на боротьбу з конкурентами.

На інформаційному ринку наочно відображено маркетинговий підхід, відповідно до якого головною метою фірми є визначення потреб споживача та подальшого їх задоволення в межах своєї компетенції.

Під впливом розвитку інформаційного ринку та інформаційних технологій для всіх учасників інформаційного ринку особливого значення набуває здатність менеджерів підприємств правильно визначити стратегічні перспективи, сформулювати мету та завдання стратегії розвитку відповідно до існуючих умов забезпечення конкурентних переваг.

На інформаційному ринку можуть бути використані такі конкурентні стратегії компанії: стратегія зниження собівартості продукції, стратегія диференціації продукції, стратегія сегментування ринку, стратегія впровадження новин, стратегія негайного реагування на потреби ринку, стратегія диверсифікації, організація автономних робочих груп, вибір стратегії конкуренції залежно від позиції фірми на ринку [11]. Л. Ф. Єжова відзначає, що "... динаміка інформаційного ринку є дестабілізуючим фактором при формуванні стратегії конкуренції на ньому ...", і вказує на необхідність адаптації стратегії до стадії розвитку ринку, визначаючи такі три стадії розвитку інформаційного ринку: новий ринок, що швидко зростає; ринок у період сповільнення зростання; ринок у період застою. Особливістю сучасного українського інформаційного ринку є його поступове зростання в умовах, коли заходи, яких потребує ринок визначені, але механізми їх реалізації відсутні. Отже, розробка власної стратегії передбачає застосування поєднань різних підходів при високому рівні їх адаптаційних якостей до ринкових змін та змін в законодавстві.

Специфікою інформаційного ринку є необхідність розгалуженого правового регулювання діяльності його окремих суб'єктів. Для деяких суб'єктів законодавець врегулював основні положення їх діяльності, наприклад, діяльність інформаційних агентств врегульована Законом України "Про інформаційні агентства" [17]. Відповідно до ст. 1, інформаційними агентствами є зареєстровані як юридичні особи суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг. У ст. 5 вказано, що саме відноситься до діяльності інформаційних агентств — це збирання, обробка, творення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції. Випуск та розповсюдження інформаційними агентствами власної продукції з метою отримання прибутку є підприємницькою діяльністю. Вказаний закон є достатньо змістовним, але діяльність інформаційних агентств, окрім вказаного закону та Конституції, регулюють закони України "Про інформацію", "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні", "Про телебачення і радіомовлення", "Про державну таємницю" та інші законодавчі акти України, міжнародні договори в галузі свободи слова та інформації, ратифіковані Україною.

Натомість правове регулювання індивідуального інформаційного виробництва відсутнє. Винятком є ситуація, коли суб'єкт зареєструвався для ведення підприємницької діяльності, але в цьому випадку законодавством не враховано особливості його діяльності.

Треба відзначити, що поява індивідуального інформаційного виробництва як результату широкої інформатизації суспільства є важливим фактором розвитку інформаційного ринку. Переміщенню інформаційної роботи з офісів до дому присвячується увага у роботах П. А. Страссмана, О. Тоффлера, В. Ф. Лазаревої. Ці процеси значно змінюють структуру витрат на склад суб'єктів інформаційного ринку та призводять до зростання конкуренції. Однак відсутність правового регулювання та належного контролю за їх діяльністю створює загрозу зростання недовіри споживачів, сприяє зловживанню в цій сфері та може мати цілу низку інших негативних соціальних та економічних наслідків.



В Україні Указом Президента від 30 вересня 2010 р. 2011 рік проголошено роком освіти та інформаційного суспільства, отже, метою українського суспільства є також створення сприятливих умов розвитку інформаційного ринку як складової інформаційного суспільства [18].

Зростаюча потреба в регулюванні інформаційних правовідносин обумовила виникнення та розвиток інформаційного права, яке врегульовує всі відносини з приводу створення, зберігання, захисту, розповсюдження інформації.

Регулювання на законодавчому рівні діяльності суб'єктів інформаційного ринку передбачає не тільки розробку законодавчої бази але й створення системи, яка забезпечить виконанням нормативних приписів. Л. Ф. Лазарева відмічає, що "... недостатньо створити потрібні закони, необхідно зробити їх дієвими, тобто розробити ефективний механізм їх дії", підкреслюючи особливу актуальність захисту інтелектуальної власності на програми та бази даних [1].

Законом України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки" визначено, що вітчизняний ринок інформаційно-комунікаційних технологій перебуває у стані активного становлення та за певних умов може стати фундаментом розвитку інформаційного суспільства в Україні [19]. У той же час в законі визначено чинники, які гальмують розбудову інформаційного суспільства в Україні, порівняно зі світовими тенденціями, та стримують розвиток інформаційного ринку. До головних чинників негативного впливу можна віднести відсутність координації зусиль державного і приватного секторів економіки; низьку ефективність використання фінансових, матеріальних, кадрових ресурсів, спрямованих на інформатизацію, впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у соціально-економічну сферу; відставання у впровадженні технологій електронного бізнесу, електронних бірж та аукціонів, електронних депозитаріїв, використанні безготівкових розрахунків за товари і послуги тощо; низький рівень інформатизації окремих галузей економіки; недостатній розвиток нормативно-правової бази інформаційної сфери; низький рівень комп'ютерної та інформаційної грамотності населення; низький рівень державної підтримки виробництва засобів інформатизації, програмних засобів та впровадження інформаційно-комунікаційних технологій; нерівномірність забезпечення можливості доступу населення до комп'ютерних і телекомунікаційних засобів, поглиблення "інформаційної нерівності" між окремими регіонами, галузями економіки та різними верствами населення; не вирішуються у повному обсязі питання захисту авторських прав на комп'ютерні програми, відсутні системні державні рішення, спрямовані на створення національних інноваційних структур (центрів, технополісів і технопарків) з розробки конкурентоспроможного програмного забезпечення тощо.

Для вирішення визначених проблем, наявність яких задекларована на законодавчому рівні, передбачена низка заходів, які за умов їх успішної реалізації створили б умови для ефективної діяльності всіх суб'єктів інформаційного ринку.

Наприклад, заходи, спрямовані на законодавче забезпечення розвитку інформаційного суспільства, передбачають:

- створення цілісної системи законодавства, гармонізованої з нормами міжнародного права з питань розвитку інформаційного суспільства;
- підготовку та прийняття Інформаційного кодексу, який повинен містити розділи про засади електронної торгівлі, правову охорону прав на зміст комп'ютерних програм, удосконалення захисту прав інтелектуальної власності, в тому числі авторського права при розміщенні та використанні творів у мережі Інтернет, про охорону баз даних, дистанційне навчання, надання інформаційних послуг з використанням мережі Інтернет, комерційну таємницю тощо;
- підготовку та внесення змін до законодавства з питань інформатизації, зокрема з урахуванням вимог щодо надання органами державної влади та органами місцевого самоврядування юридичним та фізичним особам інформаційних послуг з використанням мережі Інтернет; запровадження електронного документообігу та



електронного цифрового підпису, дистанційного навчання, телемедицини, електронних платіжних систем, електронного бізнесу, електронних бірж, аукціонів і депозитаріїв.

Ознаками реалізації визначених заходів є прийняття Закону України “Про доступ до публічної інформації” від 13 січня 2011 р. № 2939–VI, який визначає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації; Закону “Про захист персональних даних” від 1 червня 2010 р. № 2297–VI, який регулює відносини, пов'язані із захистом персональних даних під час їх обробки, оновлення Закону України “Про інформацію” [20; 21].

Порівняльний аналіз старої та нової редакції Закону України “Про інформацію” наведено в табл. 3 [8; 9]. До закону внесено низку ґрунтовних змін, а саме змінено саме визначення терміна “інформація”, змінено склад суб'єктів та об'єктів інформаційних відносин, інформаційні продукти та послуги наведені в розділі III, який присвячено діяльності журналістів, засобів масової інформації, їх працівників.

Таблиця 3

Порівняння редакцій Закону “Про інформацію”

Критерій порівняння	Попередня редакція 06.01.2011	Нова редакція 09.05.2011
Визначення інформації	<i>Стаття 1.</i> Визначення інформації Під інформацією цей Закон розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.	<i>Стаття 1.</i> Визначення термінів Інформація — будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.
Суб'єкти інформаційних відносин	<i>Стаття 7.</i> Суб'єкти інформаційних відносин. Суб'єктами інформаційних відносин є: – громадяни України; – юридичні особи; – держава. Суб'єктами інформаційних відносин відповідно до цього Закону можуть бути також інші держави, їх громадяни та юридичні особи, міжнародні організації та особи без громадянства.	<i>Стаття 4.</i> Суб'єкти і об'єкт інформаційних відносин 1. Суб'єктами інформаційних відносин є: – фізичні особи; – юридичні особи; – об'єднання громадян; – суб'єкти владних повноважень.
Об'єкти інформаційних відносин	<i>Стаття 8.</i> Об'єкти інформаційних відносин Об'єктами інформаційних відносин є документована або публічно оголошувана інформація про події та явища в галузі політики, економіки, культури, охорони здоров'я, а також у соціальній, екологічній, міжнародній та інших сферах.	<i>Стаття 4.</i> Суб'єкти і об'єкт інформаційних відносин 2. Об'єктом інформаційних відносин є інформація.
Основні види інформаційної діяльності	<i>Стаття 14.</i> Основні види інформаційної діяльності Основними видами інформаційної діяльності є одержання, використання, поширення, захист та зберігання інформації. У статті також наведені визначення вказаних категорій.	<i>Стаття 9.</i> Основні види інформаційної діяльності 1. Основними видами інформаційної діяльності є створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації.





Продовження табл. 3

Інформаційні продукти та послуги	<p><i>Стаття 39.</i> Інформація як товар</p> <p>Інформаційна продукція та інформаційні послуги громадян і юридичних осіб, які займаються інформаційною діяльністю, можуть бути об'єктами товарних відносин, що регулюються чинним цивільним та іншим законодавством.</p> <p>Ціни і ціноутворення на інформаційну продукцію та інформаційні послуги встановлюються договорами, за винятком випадків, передбачених Законом.</p> <p><i>Стаття 40.</i> Інформаційна продукція</p> <p>Інформаційна продукція — це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій.</p> <p><i>Стаття 41.</i> Інформаційна послуга</p> <p>Інформаційна послуга — це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.</p>	<p><i>Стаття 23.</i> Інформаційна продукція та інформаційна послуга</p> <p>1. Інформаційна продукція — матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин. Інформаційною послугою є діяльність з надання інформаційної продукції споживачам з метою задоволення їхніх потреб.</p> <p>2. Інформаційна продукція та інформаційні послуги є об'єктами цивільно-правових відносин, що регулюються цивільним законодавством України.</p> <p>(Наведено в розділі III, який присвячено діяльності журналістів, засобів масової інформації, їх працівників).</p>
----------------------------------	---	--

У старій редакції Закону України “Про інформацію” в ст. 38 визначено право власності на інформацію як врегульовані законом суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження інформацією, відзначено, що інформація є об'єктом права власності громадян, організацій (юридичних осіб) і держави, зауважено, що інформація може бути об'єктом права власності як у повному обсязі, так і об'єктом лише володіння, користування чи розпорядження. У новій редакції закону питання власності на інформацію не розглянуті, що є значним недоліком нового закону.

У контексті регулювання інформаційного ринку України використання нової редакції Закону України “Про інформацію” потребує швидкої розробки та прийняття Інформаційного кодексу, який забезпечив би регулювання процесів, які залишилися поза правовим регулюванням з оновленням закону “Про інформацію”.

Для формування сприятливих економічних умов розвитку інформаційного суспільства національна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні передбачає:

- підвищення конкурентоспроможності національної економіки, забезпечення сталого економічного зростання держави та матеріального добробуту її громадян за рахунок впровадження ІКТ;

- забезпечення підвищення вкладу в економічне зростання держави підприємств, що провадять діяльність у сфері інформатизації, і галузей, які широко використовують інформаційно-комунікаційні технології, шляхом формування збалансованої регуляторної та податкової політики;

- сприяння підприємницькій діяльності у сфері інформаційно-комунікаційних технологій за рахунок формування системи адміністративних,



правових і економічних механізмів, які стимулюватимуть попит на інформаційну продукцію, залучення інвестицій в інформаційно-комунікаційні технології, розвитку конкуренції, просування вітчизняної продукції на міжнародний ринок.

Для реалізації вказаних положень суттєвих змін в останні роки в регуляторній політиці не відбулося. Зокрема прийняття Податкового кодексу України не забезпечило реалізації податкової політики, спрямованої на стимулювання розвитку інформаційної сфери економіки, у тому числі й інформаційного ринку.

Одним із кроків на шляху створення сприятливих умов розвитку інформаційної галузі є проект Закону України "Про економічний експеримент щодо створення сприятливих умов для розвитку в Україні індустрії програмної продукції" [22]. Цей Закон повинен визначити порядок проведення економічного експерименту, спрямованого на створення сприятливих умов для розвитку в Україні індустрії програмної продукції, збільшення обсягів виробництва та продажу конкурентоспроможної продукції у цій сфері. До експерименту залучаються суб'єкти, які здійснюють господарську діяльність у сфері індустрії програмної продукції та відповідають визначеним у законі вимогам: здійснювати визначені види діяльності відповідно до КВЕД ДК 009:2005, (доцільність такого визначення є спірним в умовах впровадження нового, адаптованого до вимог інформаційного суспільства КВЕД); дохід від визначених видів діяльності повинен становити не менше 60 % загального доходу, що враховується при обчисленні об'єкта оподаткування, отриманого такою юридичною особою, вимоги щодо питомої ваги витрат на оплату праці у загальному складі витрат та інші вимоги. Натомість суб'єкти на час проведення економічного експерименту повинні отримати тимчасові пільгові умови справляння загальнодержавних і місцевих податків та зборів учасниками економічного експерименту.

Також проект закону містить пропозиції щодо удосконалення системи управління в сфері індустрії програмної продукції, визначення умов забезпечення гласності експерименту, механізм підведення підсумків тощо. Треба відзначити, що подібна законодавча ініціатива є позитивним зрушенням у системі задекларованого сприяння розвитку інформаційного суспільства.

Інформаційний ринок діє в умовах класичних економічних підходів до регулювання ринкової діяльності. На цьому етапі його розвитку він не потребує квотування, нормування та інших заходів, бо головною особливістю регулювання саме інформаційного ринку є його повна підпорядкованість законам попиту та пропозиції в умовах вільної конкуренції. В умовах економічної кризи зниження рівня платоспроможності споживачів інформаційних продуктів призводить до зменшення загального обігу коштів у діяльності інформаційних виробників та посередників, що, у свою чергу, призводить до зростання вартості окремих інформаційних продуктів та до споживання дешевших аналогів (що особливо актуально для інформаційних систем та технологій). Наслідками заміни дешевшим аналогом є зниження ефективності виконання окремих функцій, зниження системної ефективності внаслідок недосконалої інтеграції окремих функцій тощо.

Великий інформаційний потік, який надає всесвітня інформаційна мережа, в багатьох випадках містить надлишкову, не систематизовану з урахуванням фактичних інформаційних потреб споживачів інформацію. При значному рівні інформаційних шумів та за умов недостатнього рівня розвитку суб'єктивних характеристик споживачів це може призвести до неефективного, помилкового, несвоєчасного застосування інформаційного продукту та в подальшому знизити рівень довіри споживачів до інформаційного ринку. Треба відзначити, що процеси інформаційної діяльності суб'єктів господарювання не врегульовані в повному обсязі. При наявності великої кількості нормативно-правових актів, які регулюють поведінку суб'єктів інформаційного ринку, відсутні прозорі, систематизовані правила, які забезпечили б захист прав споживачів, виробників інформаційного продукту та інформаційних посередників.



## Список використаних джерел

1. Лазарева, С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу [Текст] : [навч. посіб.] / С. Ф. Лазарева. — К. : КНЕУ, 2002. — 667 с.
2. Чубукова, О. Ю. Економіка інформації: ринок продуктів та послуг [Текст] / О. Ю. Чубукова. — К. : Нора-прінт, 2001. — 334 с.
3. Статистичний щорічник України за 2010 рік [Текст] / Державна служба статистики України. — К. : Август Трейд, 2011. — 560 с.
4. Інформаційно-аналітичний звіт “Про діяльність Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2011 році”. — К., 2012. — 62 с. [Електронний ресурс] Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України. — URL : <http://www.dknii.gov.ua/index.php/2010-09-14-09-33-59/2010-09-14-09-36-42>.
5. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2010 рік [Текст] / [за ред. В. В. Скальського]. — Хмельницький : [Б. в.], 2011. — 432 с.
6. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 25.06.1993 р. № 3322-ХІІ [Текст] // ВВР. — 1993. — № 33. — Ст. 345.
7. Скачко, В. В. Основи інформаційного менеджменту / В. В. Скачко [Електронний ресурс] Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, Кафедра інформаційних технологій та систем. — URL : [http://its.lnpu.edu.ua/Skachko/NF\\_MEN/3.htm](http://its.lnpu.edu.ua/Skachko/NF_MEN/3.htm).
8. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ [зі змін. та доп., станом на 06.01.2011 р.] [Електронний ресурс] — URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/ed20110106>.
9. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ [зі змін. та доп., станом на 09.05.2011 р.] [Електронний ресурс] — URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/ed20110509>.
10. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010, із змінами і доповненнями, внесеними наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29.11.2010 р. № 530 [Електронний ресурс] НАУ—Online. — URL : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=vb457609-10>.
11. Єжова, Л. Ф. Інформаційний маркетинг : [навч. посіб.] / Л. Ф. Єжова. — К. : КНЕУ, 2002. — 560 с. [Електронний ресурс] Електронна Інтернет онлайн “Бібліотека Студента UaRus”. — URL : <http://studentbooks.com.ua/content/view/797/44/1/0>.
12. Бізянов, Є. Є. Економічна ефективність інформаційних систем і технологій: визначення і особливості оцінювання [Текст] / Є. Є. Бізянов // Економіка та підприємництво. — 2010. — № 5. — С. 110–115.
13. Буряк, В. В. Ефективність інформаційних систем [Текст] : [навч. посіб.] / В. В. Буряк, О. Л. Ольховська — Краматорськ : ДГМА, 2007. — 82 с.
14. Бузак, Н. І. Економічна оцінка інформаційних технологій [Текст] / Н. І. Бузак // Вісник Житомирського державного технологічного університету : [зб. наук. пр.]. Економічні науки. — 2010. — № 3 — С. 29–32.
15. Терехов, Д. С. Оцінка ефективності використання інформаційних систем та технологій в управлінні підприємством [Текст] / Д. С. Терехов // Вісник Хмельницького національного університету : [зб. наук. пр.]. Економічні науки. — 2010 — № 6, Т. 3 — С. 223–228.
16. Мельник, Л. М. Конкретизація понять капіталізації підприємства [Текст] / Л. М. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету : [зб. наук. пр.]. Економічні науки. — 2009. — № 4, Т. 3. — С. 24–29.
17. Про інформаційні агентства : Закон України від 28.02.1995 р. № 74/95 [Текст] // ВВР. — 1995. — № 13. — Ст. 83.
18. Про заходи щодо забезпечення пріоритетного розвитку освіти в Україні : Указ Президента України від 30.09.2010 р. № 926/2010 [Текст] // Офіційний вісник Президента України. — 2010. — № 27. — стор. 17. — Ст. 896.
19. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V [Текст] // ВВР. — 2007. — № 12. — Ст. 102.
20. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI [Текст] // ВВР. — 2011. — № 32. — Ст. 314.
21. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. № 2297-VI [Текст] // ВВР. — 2010. — № 34. — Ст. 481.
22. Проект Закону про економічний експеримент щодо створення сприятливих умов для розвитку в Україні індустрії програмної продукції від 18.03.2011 р., зареєстр. за № 8267



[Електронний ресурс] Верховна Рада України. — URL : [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb\\_n/webproc4\\_1?pf3511=39951](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?pf3511=39951).

*Рекомендовано до друку кафедрою менеджменту, економічної теорії та фінансів  
Хмельницького університету управління та права  
(протокол № 7 від 28 лютого 2012 року)*

Надійшла до редакції 25.10.2012

**Ковальчук В. В., Полищук Т. А. Экономические и правовые аспекты деятельности субъектов информационного рынка**

*Исследованы экономические и правовые факторы, которые обуславливают развитие информационного рынка.*

**Ключевые слова:** информация, информационный рынок, информационная деятельность, информационное право.

**Kovalchuk, V. V.; Polishchuk, T. A. Economic and Legal Aspects of the Information Market Subjects Activity**

*Economic and legal factors that determine the development of the information market are defined.*

**Keywords:** information, market information, information activities, Information Law.

