

УДК: 330.341.1  
JEL Classification: O31  
doi: 10.31767/nasoa.1-2.2020.10

**Г. В. ГОЛУБОВА,**  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри статистики,  
Національна академія статистики, обліку та аудиту,  
e-mail: g\_kondrya@ukr.net,  
Researcher ID: I-6414-2018,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4847-5235>

## Нові виклики інформаційного контенту в Україні

*Розглянуто історичні передумови становлення і розширення ринку інформаційних послуг як основного каталізатора розвитку інформаційного суспільства. Охарактеризовано інформаційну діяльність як інфраструктурну галузь економіки, а також принцип функціонування ринку інформаційних послуг і телекомунікацій, виділено учасників ринку. Визначено, що інформаційний ринок оперує якісним ресурсом – інформаційним, вказано нові форми цифрової економіки.*

**Ключові слова:** інформаційно-комунікаційні технології, інформаційна діяльність, ринок інформаційних послуг, інформаційні ресурси, інформаційне суспільство, соціальні медіа.

**H. HOLUBOVA,**  
PhD (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor of Statistics Department,  
National Academy of Statistics, Accounting and audit

## New Challenges of the Information Content in Ukraine

*The author examines the historical background regarding the formation and development of the information services market as a major catalyst for the development of the information society. The level of development of information activity in the leading countries of the world is the result of a long historical process of evolutionary and revolutionary transformations.*

*The study describes the information services market as an economic space where the interests of producers and consumers of these services are realized. The principles of functioning of the information services market are described and market participants are highlighted.*

*It is determined that the information market operates a quality resource – information. Information activity is described as an infrastructure branch of the economy and its functions and tasks are described. Depending on the type of information, the information services market consists of the following sectors: business information, specialist information, consumer information, information systems and facilities.*

*The current state of development of the information society in Ukraine is analyzed, in particular, the number of Internet users in 2019 amounted to 26.1 million against 2.8 million people in 2009 the use of social media as a communication platform is justified. The largest share of enterprises used social media as social networks – almost 45.0%, 22.3% – business websites, 20.3% – other knowledge sharing tools and 12.4% – business blogs. The most active users of social networks were enterprises with activities related to wholesale and retail trade – 26.6%, manufacturing enterprises – 23.0% and construction – 9.2%. The main purpose of businesses to use social media is to promote them and promote their products.*

*The author describes the goals and challenges of the digital industry, as well as the role of statistics in the field of statistical support, ensuring the completeness of statistical databases and monitoring the processes occurring in information content.*

**Keywords:** information and communication technologies, information activities, information services market, information resources, social media.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі глобалізації економіки та інформатизації суспільства актуалізується потреба в якісній та точній інформації як невід’ємній складовій виробничого фактора та стратегічного ресурсу економічної системи. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) застосовуються у різних сферах людської діяльності – економіці, управлінні, науці, охороні здоров’я, освіті, бібліотечній справі тощо. Основним підґрунтям нових ІКТ є стрімкий розвиток обчислювальної техніки, її програмного забезпечення та сучасних засобів телекомунікацій.

Розвиток інформаційного суспільства є одним із національних пріоритетів більшості країн світу. Розвиток ІКТ та інформаційно-комунікаційних послуг є передумовою економічної, соціальної, політичної, культурної модернізації країни та свідчать про її конкурентоспроможність на міжнародній арені. Тому слід забезпечити належний статистичний супровід зазначеної галузі як головного індикатора розвитку інформаційного суспільства в Україні, що визначає актуальність обраної теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Оцінюванню розвитку ІКТ й інформаційних послуг присвячено багато робіт вітчизняних і зарубіжних авторів. Його теоретичними і прикладними аспектами займалися С. Аніщенко, С. Васильєва, Е. Велесько, М. Ковальова, Д. Марушко, А. Чугунова; соціальні мережі досліджували Cattelan M. [5], Firth D., Malley A. [6], Onnela J., Varin C. та ін.; формування та розвиток інформаційного суспільства в Україні вивчали О. Баховець, К. Гуляєва, Л. Рібакова, В. Тюріна та ін.

**Мета** статті – виокремити особливості ринку інформаційних послуг як основного каталізатора розвитку цифрової економіки та окреслити нові виклики інформаційного контенту.

**Результати дослідження.** Починаючи з другої половини ХІХ ст. завдяки впровадженню нових засобів зв’язку потужність каналів комунікації почала швидко зростати. Бурхливий розвиток інформаційної діяльності як нового виду суспільної праці припав на ХХ століття. Засоби зв’язку забезпечують передачу найважливіших, термінових повідомлень та кореспонденції.

Досягнення сучасного рівня розвитку інформаційної діяльності у провідних країнах світу є результатом тривалого історичного процесу еволюційних і революційних перетворень. При цьому чітко простежується взаємозв’язок між розвитком суспільства та зростанням потреби суб’єктів у інформації. Зміни, які відбувались в економіці, політиці, культурі, інших сферах людської діяльності, призвели до нової епохи – інформаційного суспільства. Данієл Белл – американський соціолог і публіцист, засновник теорії постіндустріального (інформаційного) суспільства, одним із перших виділив характерні ознаки інформаційного суспільства:

- ✓ перехід від індустріального до сервісного суспільства;
- ✓ вирішальне значення кодифікованого теоретичного знання для здійснення технологічних інновацій;
- ✓ перетворення нової “інтелектуальної технології” на ключовий інструмент системного аналізу і теорії прийняття рішень.

Інформаційна діяльність, як і будь-яка інша, передбачає мету, засоби, результати і сам процес. Метою інформаційної діяльності є задоволення інформаційними послугами всіх суб’єктів виробництва та суспільства в цілому. Обов’язковими умовами досягнення поставленої мети є широкомасштабне впровадження нових ІКТ на базі використання засобів зв’язку та обчислювальної техніки.

Інформаційна діяльність відрізняється від інших видів економічної діяльності багатьма особливостями, в першу чергу масштабністю інформаційного ресурсу. За цих умов інформаційна діяльність має специфічний розподіл праці у суспільстві. Незвичайність цього виду економічної діяльності полягає у специфіці засобів виробництва (інформаційних фондів, пакетів системних, прикладних і службових програм, операційних систем та інших програмних засобів). Характерною особливістю інформаційної діяльності є те, що вона є каталізатором науково-технічного прогресу для всіх виробництв і галузей, які користуються її послугами. Це обумовлено як споживанням самих інформаційних послуг, так і використанням сучасних ІКТ.

Головна відмінність інформаційної діяльності від інших видів діяльності полягає в тому, що вона є інфраструктурною і забезпечує створення умов для прискорення науково-технічного прогресу в усіх інших галузях економіки. Втім розвиток інформаційної діяльності багато у чому залежить від розвитку ІКТ, обчислювальної

техніки та її програмного забезпечення, а також від рівня міжнародного економічного співробітництва з цих питань [1].

Ринок інформаційних послуг (інформаційний ринок) – це система економічних, правових та організаційних відносин з торгівлі інформаційними продуктами та послуг на комерційній основі. Інформаційний ринок характеризується певною номенклатурою продуктів і послуг, умовами та механізмами їх надання, цінами тощо. У широкому розумінні ринок інформаційних послуг – це економічний простір, де реалізуються інтереси виробників і споживачів цих послуг. Отже, на ринку інформаційних послуг можна виділити дві основні групи учасників:

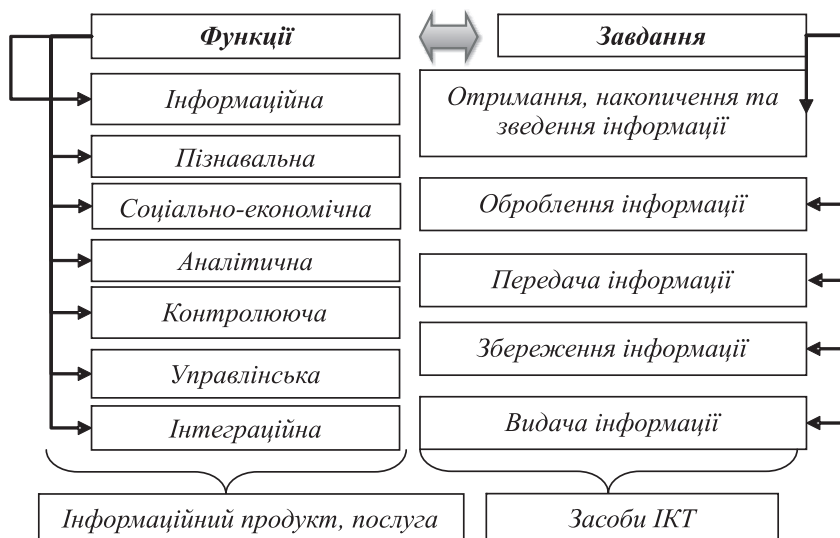
- ✓ виробники, до яких належать державні, комерційні і приватні організації, що надають ці послуги;
- ✓ користувачі – клієнти інформаційних послуг.

На відміну від торгівлі звичайними товарами, які мають матеріально-речову форму, інформаційний ринок оперує більш якісним ресурсом – інформаційним. Інформаційні ресурси – це інформаційні бази даних, документи і масиви документів в інформаційних системах (реєстри, бібліотеки, архіви, фонди, репозитарії, музейні сховища тощо). Розрізняють державні та недержавні інформаційні ресурси. Одним із найвагоміших інформаційних ресурсів у галузі статистики є Єдиний державний реєстр підприємств і організацій України, який являє собою автоматизовану систему збирання, накопичення, збереження та опрацювання даних про всіх юридичних осіб, їхні філії, відділення, представництва та інші відособлені структурні підрозділи на території України.

В залежності від виду інформації ринок інформаційних послуг складається з таких секторів:

- ✓ ділова інформація (біржова, фінансова, банківська, комерційна, статистична інформація тощо);
- ✓ інформація для фахівців (професійна інформація, науково-технічна інформація, доступ до першоджерел тощо);
- ✓ споживча інформація (цифрова медицина, цифрова освіта, новини та література, розважальна інформація тощо);
- ✓ інформаційні системи та засоби (програмні продукти, технічні засоби, розроблення та супровід інформаційних систем, консультування в інформаційній індустрії, підготовка джерел інформації, соціальні мережі тощо).

Виходячи з вищезгаданого інформаційна діяльність забезпечує реалізацію низки функцій та першочергових завдань (рис.).



**Рис. Основні функції та завдання інформаційної діяльності**

*Джерело: побудовано автором*

Сфера розвитку інформаційного суспільства в Україні регламентується низкою нормативно-правових документів і базовими законами України про інформатизацію: “Про концепцію національної програми інформатизації” [2], “Про національну програму інформатизації”, Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні [3], Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки [4] та ін.

Основними цілями цифрового суспільства є:

- прискорення економічного зростання та залучення інвестицій;
- трансформація секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні;
- технологічна та цифрова модернізація промисловості та створення високо-технологічних виробництв;
- доступність для громадян переваг та можливостей цифрового світу;
- реалізація людського ресурсу, розвиток цифрових індустрій та цифрового підприємництва.

Головна мета розвитку цифрових інфраструктур полягає в тому, щоб усі громадяни України без обмежень і труднощів технічного, організаційного та фінансового характеру могли скористатися цифровими можливостями незалежно від місцезнаходження чи проживання та не перебували в сегменті “цифрового розриву”.

Окремою платформою обміну інформації, її споживання і донесення є соціальні мережі або, як їх ще називають, соціальні медіа, хоча до останніх належать не лише соціальні мережі, а й блоги, мікроблоги, вебсайти. Вони займають окреме місце в інформаційному просторі, оскільки виступають потужним засобом масової комунікації суспільства, який стрімко розвивається завдяки інформаційній інтеграції. Для прикладу, кількість користувачів Інтернету в Україні у 2009 р. склала 2,8 млн осіб, у 2015 р. – 6,1 млн осіб, у 2019 р. – 26,1 млн осіб.

За даними Державної служби статистики України [7], станом на 1 січня 2019 року в Україні було зафіксовано 27465 одиниць соціальних медіа, що використовувалися на підприємствах. Найбільша частка належить саме соціальним мережам – майже 45,0%, 22,3% – веб-сайтам підприємств, 20,3% – іншим засобам обміну знаннями та 12,4% – блогам підприємств. Відповідно до Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД) найбільш активними користувачами соціальних мереж були підприємства, діяльність яких пов’язана з оптовою та роздрібною торгівлею (код G згідно з КВЕД-2010) – 26,6%, підприємства переробної промисловості (код C) – 23,0% та будівництва (код F) – 9,2%.

Соціальних медіа використовуються на підприємствах з метою:

- реклами товарів та послуг;
- отримання відгуків клієнтів;
- залучення клієнтів;
- співпраці з діловими партнерами;
- оголошень про вакантні пропозиції;
- обміну поглядами, думками, ідеями.

За результатами аналізу виявлено, що найбільше підприємств в Україні використовували соціальні медіа для презентаційних цілей, в тому числі для реклами власної продукції – 25%, 18,7% підприємств – для налагодження співпраці з діловими партнерами та іншими організаціями, 18,3% – для отримання відгуків від клієнтів та зворотного зв’язку з ними, 14% – для наймання працівників, 12,4% – для обміну поглядами, обговорень, 11,6% – для залучення клієнтів.

В розрізі видів економічної діяльності серед підприємств, що використовували соціальні медіа для рекламних цілей, лідирують підприємства оптової та роздрібною торгівлі – 27,6%, на другому місці підприємства переробної промисловості – 25,0%.

Вітчизняний ринок інформаційних послуг наразі перебуває на стадії активного розвитку. Відповідно до програми уряду “Україна в смартфоні” відбуваються зміни в частині забезпечення функціонування єдиного інформаційного простору та інформаційна переорієнтація суспільства відповідно до цих викликів.

З огляду на це реалізація проекту цифрової економіки має забезпечуватися в таких напрямках:

- географічне охоплення всього населення;
- загальна доступність цифрових послуг та додатків;

- висока надійність і якість цифрових послуг;
- висока швидкість доступу до цифрових послуг в режимі реального часу;
- простота використання цифрових послуг;
- можливість для користувачів включати цифрові послуги в їх життя та бізнес.

Вимоги цифрової економіки створюють певні виклики і для статистики, зокрема в частині статистичного супроводу, а також інформаційної наповненості статистичних баз даних.

**Висновки.** В статті розглянуто історичні передумови становлення та розширення ринку інформаційних послуг як основного каталізатора розвитку інформаційного суспільства. Ринок інформаційних послуг проаналізовано як економічний простір, де реалізуються інтереси виробників і споживачів цих послуг. Охарактеризовано принципи функціонування ринку інформаційних послуг і виділено його учасників. Визначено, що інформаційний ринок оперує якісним ресурсом – інформаційним. Обґрунтовано, що інформаційна діяльність є інфраструктурною галуззю економіки з притаманними їй функціями та завданнями. Проаналізовано сучасний стан розвитку інформаційного суспільства в Україні, а також особливості використання соціальних медіа підприємствами як платформи для комунікацій. Охарактеризовано цілі та виклики цифрової індустрії.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України “Про інформацію” № 324-IX від 03.12.2019 [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення 10.03.2020).
2. Закон України “Про концепцію національної програми інформатизації” № 440-IX від 14.01.2020 [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 10.03.2020).
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні” № 386-р від 15 травня 2013 р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80> (дата звернення 10.03.2020).
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки” № 67-р від 17 січня 2018 р. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (дата звернення 10.03.2020).
5. Cattelan M., Firth D., Varin C. Statistical modelling of citation exchange between statistics journals // *Journal of the Royal Statistical Society: Series A*. 2016. No 179(1), P. 1–63.
6. O’Malley A. and Onnela J. Topics in social network analysis and network science // *ArXiv e-prints*. 2014. P. 1–12.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення 13.03.2020)

#### **References**

1. Zakon Ukrainy “Pro informatsiiu” No 324-IX vid 03.12.2019 [The Law of Ukraine “On information” No 324-IX from 03.12.2019]. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (date of access 10.03.2020) [in Ukrainian].
2. Zakon Ukrainy “Pro kontseptsiuu natsionalnoi prohramy informatyzatsii” No 440-IX vid 14.01.2020 [The Law of Ukraine “The Conception of the National Program on Informatization” No 440-IX from 14.01.2020]. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80> (date of access 10.03.2020) [in Ukrainian].
3. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy “Pro skhvalennia Stratehii rozvytku informatsiinoho suspilstva v Ukraini” No 386-r vid 15 travnia 2013 r. [Directive of the Cabinet of Ministers of Ukraine “Approval of the Strategy for the Development of the Information Society in Ukraine” No 386-r from 15 May 2013]. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80> (date of access 10.03.2020) [in Ukrainian].
4. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy “Kontseptsiia rozvytku tsyfrovoi ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018–2020 roky” No 67-r vid 17 sichnia 2018 r. [Directive of the Cabinet of Ministers of Ukraine “The Conception of the Development



- of Digital Economy and Society in Ukraine for 2018–2020” No 67-r from 17 January 2018]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80> (date of access 10.03.2020) [in Ukrainian].
5. Cattelan M., Firth D., Varin C. (2016). Statistical modelling of citation exchange between statistics journals. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A*, 179(1), 1–63.
  6. O'Malley A. and Onnela J. (2014). Topics in social network analysis and network science. ArXiv e-prints, 1–12.
  7. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statyky Ukrainy [The official web-site of the State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from <http://ukrstat.gov.ua> (date of access 13.03.2020) [in Ukrainian].

**Посилання на статтю:**

Голубова Г. В. Нові виклики інформаційного контенту в Україні. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр. 2020. №1-2. С. 91-96.* doi: 10.31767/nasoa.1-2.2020.10.