

Volodymyr Dubnytskyi, Doctor of Economic Sciences, Professor;
Olha Ovcharenko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
Alfred Nobel University
Dnipro, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-296-8-29>

**PATTERNS OF FUNCTIONING OF THE INFORMATION
AND COMMUNICATION MARKET
IN THE TERMS OF THE DIGITAL ECONOMY**

**ЗАКОНОМІРНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ
У МОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Сучасний етап розвитку людської цивілізації пов'язаний з переходом від постіндустріального суспільства до інформаційно-мережевого. При цьому здійснюється не тільки зниження ролі традиційного матеріального виробництва на фоні інтенсивного розвитку сектору послуг інформації і зв'язку, але й модифікація всієї системи соціально-економічних відносин.

Інформатизація суспільства в умовах цифрової трансформації пов'язана із забезпеченням повного використання достовірного, вичерпного і своєчасного знання у всіх видах людської діяльності. В умовах сучасного інформаційно-мережевого суспільства це асоціюється зі здатністю людини вийти за межі системи суто економічних відносин. Межа між виробництвом і споживанням стає все більше і більше розмитою. Споживання різноманітних благ перетворюється у продовження їх виробництва, і навпаки, а прогрес інфокомунікаційних технологій (ІКТ) робить таку конструкцію нероздільною.

Існування інформаційного суспільства в умовах впливу цифровізації неможливо без розвитку інфраструктури, основою якої є інфокомунікації. Це поняття відображає технічну, технологічну, організаційну та економічну єдність процесів виробництва і розповсюдження інформації. Формування інфокомунікації здійснюється на базі конвергенції телекомунікаційних та інформаційних технологій, в рамках якої можна виділити три базові напрями: цифровізація та інтелектуалізація інформаційно-мережевої економіки; глобалізація і персоналізація надання інфопослуг; універсалізація термінального обладнання.

Цифровізація мереж відкриває широкі, багато в чому «проривні» можливості для надання нових інфокомунікаційних послуг. Але подібне

розширення спектру послуг, як правило, у напрямку високотехнологічних і інтелектуальних послуг повинно бути підкріплене як техніко-технологічно – можливостями термінального обладнання абонента, так і економічно – наявністю платоспроможного попиту. З іншого боку, наявність платоспроможного попиту на нові види інфокомунікаційних послуг стимулює розробку нових мережевих технологій, тобто цифрових технологій, а також виробництво нової техніки для їх надання. Ці процеси тісно взаємопов'язані і нові види послуг виявляються затребуваними суспільством, коли вони настільки корисні – цінні – безпечні споживачам, наскільки вигідні для їх виробників.

Поява інтелектуальних мереж також визвана необхідністю вдосконалення методів надання нових видів послуг. Відмітимо, що концепція інтелектуальної інфокомунікаційної мережі взаємопов'язана з персоналізацією та глобалізацією. Інфокомунікації забезпечують інформаційну взаємодію людей, бізнесу і державних органів та їх доступ до світових інформаційних ресурсів. Для їх поступального розвитку необхідне постійне покращення технологічних можливостей передачі, розповсюдження та використання інформації. Це породжує дві тенденції: вдосконалення фізичних мереж, що створюють основу каналів передачі, управління інформаційними потоками, і вдосконалення послуг, для надання яких ці канали використовуються. При чому поняття «інфокомунікації» розповсюджується не тільки на мережі і послуги, але і на техніку і технології. Технічно вони створюють нове інформаційно-транспортне середовище або інфокомунікаційну інфраструктуру.

Конвергенція телекомунікацій і інформації призвела до появи нових інфокомунікаційних структур, в структурі інфокомунікаційного комплексу (постачальників інтернет-послуг) і породила ще один тип організаційних і фінансових взаємовідносин між різними учасниками інфокомунікаційного ринку. Найбільш повний варіант, що відображає сучасний рівень інформаційного обміну в структурі інфокомунікаційного комплексу на основі прямого доступу споживачів до всієї сукупності інформаційних ресурсів, представлений на рис. 1.

Для опису інфокомунікаційного ринку і виявлення його особливостей пропонується концепт-модель інфокомунікаційного ринку в контексті взаємодії з ринком консалтингових послуг (рис. 2).

Відповідно до цієї моделі ринок інфокомунікацій представляє собою віртуальний простір, в якому розміщені інформаційні ресурси, які є своєрідним благом і що мають певну споживчу корисність. На ринку, який розглядається, в ролі товарів виступають продукти і послуги, що створюються в інфокомунікаційному комплексі. Діяльність в межах цього комплексу включає процеси накопичення, переробки і передачі інформації. Однак, базовою продукцією тут є не сама інформація, а послуги, що пов'язані з її розповсюдженням і отриманням. Отже, товарна номенклатура даного ринку в основному складається з різного

роду послуг, в тому числі інфоконасалтінгу, на основі високотехнологічних і інтелектуальних послуг, що забезпечують реалізацію інформаційного обміну.

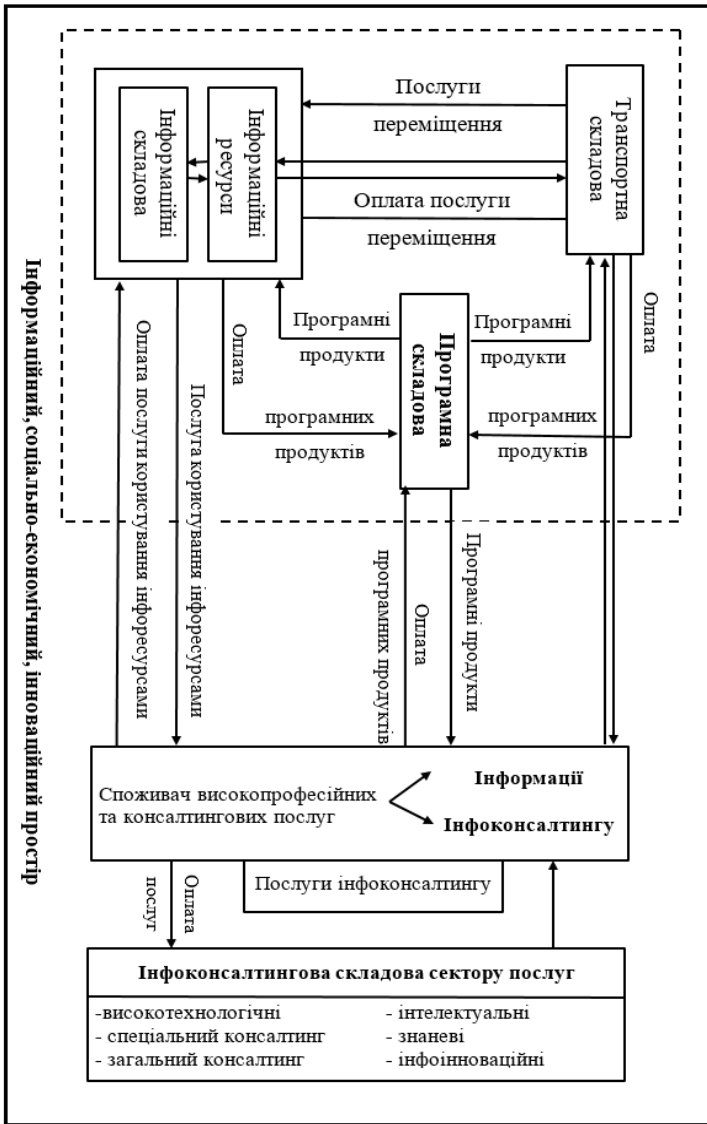


Рис. 1. Концепт-модель взаємодії учасників інфокомунікаційного процесу та інфоконасалтінгового ринку послуг

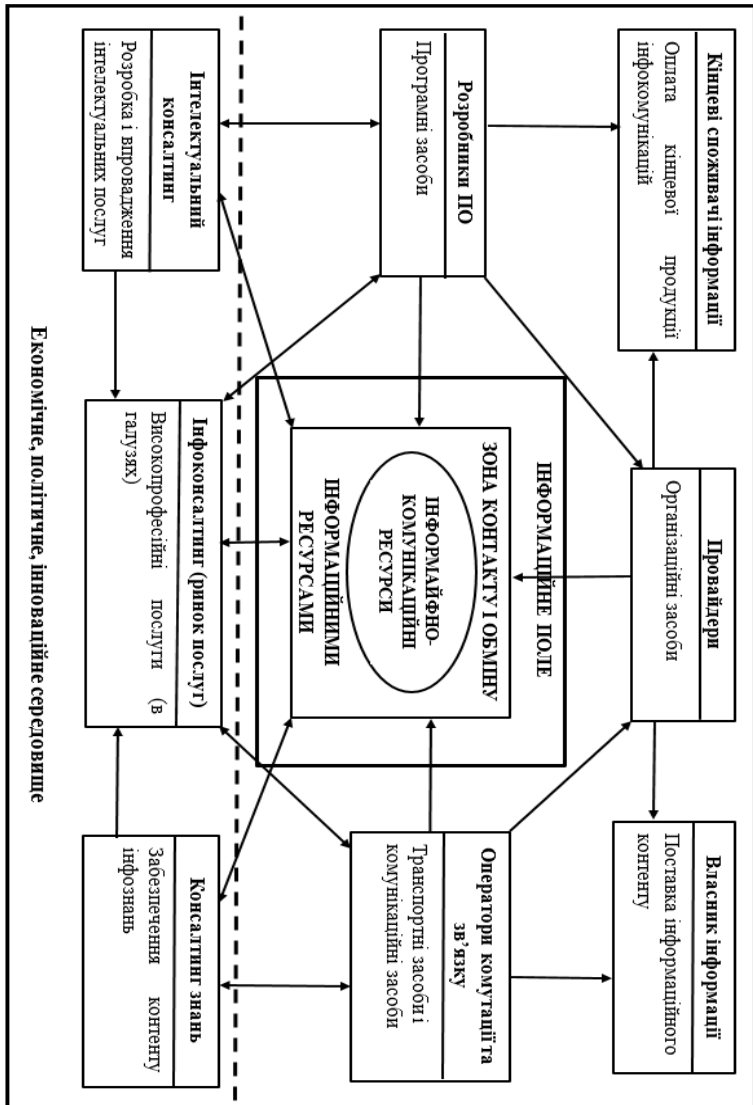


Рис. 2. Концепт-модель інфокомунікаційного ринку в контексті взаємодії з ринком консалтингових послуг

Таким чином, можливість надання інфокомунікаційним комплексом великих обсягів точної, своєчасної і контрольованої інформації суттєво зменшує її асиметрію і знижує супутні транзакційні витрати бізнесу.

Це призводить до видозміни ринкових механізмів на основі появи прогресивних мережових і контрактних структур, а також за рахунок заміщення конкурентної боротьби заможною формою.

Інтенсивність розвитку українського ринку інфокомунікаційних послуг суттєво залежить від успішної реалізації різних напрямків міжнародного інформаційно-технологічного співробітництва в галузі побудови глобальних інфокомунікацій, на основі цифрової трансформації економіки.