

УДК 330.8

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗМІСТУ  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

*А. Г. Герасименко, д. е. н., доцент, професор, Київський національний торговельно-економічний університет, geranzhel@gmail.com*

*В. Ю. Свистільник, аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет, Svytoriya@ukr.net*

У статті розглядається теоретико-методологічний зміст інформаційної економіки як нового типу економічної системи. Виділяються її основні детермінанти: домінування інформації в ресурсній, товарній структурі економіки, а також в структурі господарського механізму економічної системи, що забезпечує самовідтворення і саморозвиток інформаційної економіки. Прямі чи опосередковані посилання на ці детермінанти ми знаходимо у працях усіх ключових дослідників інформаційної економіки. Крім того, в статті обґрунтовано квазі-суспільний характер інформаційних благ.

**Ключові слова:** інформація, інформаційна економіка, мережева економіка, квазісуспільне благо, інформаційна асиметрія.

**Постановка проблеми.** За умов глобалізації та розбудови нового типу суспільних відносин все більшу роль починають відігравати нові фактори організації господарської діяльності, серед яких особливе місце посідають інформаційні технології. Інформаційні технології стали основним продуктом, виробництво якого можна збільшувати практично безмежно, незалежно від наявних природних ресурсів, а розвиток інтелектуального капіталу становить одну з

основних передумов стійкої конкурентоспроможності підприємств.

Зазначене зумовлює необхідність активного втілення основних постулатів інформаційної економіки в суспільне, економічне та політичне життя тих країн, які прагнуть до стабільного економічного росту та не хочуть залишитись на задвірках світової економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення впливу інформації на ста-

новлення та розвиток економічних відносин почалось на межі XX – XXI століття у працях Д. Белла, П. Друкера, М. Кастельса, Й. Масуди, Ф. Махлупа, М. Пората, Т. Сакайя, Т. Стюарта, Е. Тоффлера та ін. Такі дослідження, як і потреба в них, не могли з'явитися в доіндустріальному суспільстві, де основним виробником була не людина, а природа, чи в індустріальному суспільстві, з домінуючою роллю промисловості. Інша справа – постіндустріальне суспільство, якому притаманною є провідна роль теоретичного знання, що становить основу технологічних інновацій, нової інтегральної технології, яка дає можливість знаходити більш ефективні методи вирішення технічних, економічних та соціальних проблем. Вирішальна роль тут належить технічним спеціалістам, професіоналам, які становлять найчисленнішу соціальну групу. Вони забезпечують посилення ролі та значення науки, орієнтацію на майбутнє, формування системи меритократії, за якої соціальне становище людини зумовлюється виключно її інтелектуальним потенціалом і здатністю генерувати нові знання тощо [2].

Становлення такого суспільства є еволюційним процесом, у результаті якого індустріальний світ не руйнується, а швидше збагачується додатковими рисами та властивостями. Центральним об'єктом у постіндустріальному суспільстві є людина у взаємовідносинах із суспільством і навколишнім середовищем. Людина – не просто ресурс суспільства, а основа всіх змін як у політичній, так і в інших сферах життя населення. Це – генератор і носій інформації. При цьому слід відзначити, що інформаційне суспільство, у межах якого і формується інформаційна економіка, довгий період часу окремо не досліджувалося, розглядаючись як вища стадія розвитку суспільства постіндустріального.

Сьогодні, зважаючи на стрімкий розвиток технологій та інформації загалом, інформаційна економіка все частіше стає предметом наукових досліджень, приваблюючи й вітчизняних дослідників, в числі яких Ю. Бажал, Л. Лебедева, І. Малик, А. Маслов, Л. Мельник, Є. Ніколаєв, В. Плєскач та ін. Ці вчені, досліджують інформаційну економіку переважно через призму тих задач, які

стоять перед сучасною економікою України, а їх визначення змісту інформаційної економіки відповідно часто носять прикладний характер чи є орієнтованими на аналіз тих змін, яких зазнають окремі економічні процеси і явища в умовах поширення інформаційної економіки. І хоча єдиного підходу до розуміння сутності інформаційної економіки наразі не існує, досліджень, присвячених аналізу глибинного змісту інформаційної економіки наразі бракує.

**Формулювання мети статті.** Намагаючись заповнити виявлену прогалину, у цій статті ми ставимо перед собою за мету здійснити теоретико-методологічний аналіз змісту інформаційної економіки як нового типу економічної системи, визначити її базові детермінанти.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Еволюція категорії «інформаційна економіка» бере свій початок з робіт австрійсько-американського дослідника Ф. Махлупа, який власне і ввів її в науковий обіг. У своїй роботі «Виробництво і розподіл знань у Сполучених Штатах» він розглядає інформаційну економіку (на той час ототожнювалася Ф. Махлупом із «економікою знань») як окремий сектор економіки, що охоплює освіту, сферу досліджень і розробок. Аналізуючи механізм функціонування та тенденції розвитку цього сектора, в тому числі стрімку динаміку його зростання в економіці, Ф. Махлуп робить висновок щодо важливої ролі інформації і знань (як окремого виду інформації) у розвитку сучасних економічних систем [12, с. 30–35]. Його економіка знань виростає із кількох ілюстративних в інформаційному сенсі галузей, поширюючись на всю економіку по мірі зростання попиту на знання як фактор виробництва і його результат – кінцевий продукт, що споживається дисперсною множиною кінцевих споживачів на найнижчій стадії технологічного ланцюга.

Таким чином, основними характеристиками економіки знань за Ф. Махлупом є:

1. домінування знань в системі факторів виробництва;
2. домінування знань в товарній структурі споживчого попиту;
3. механізм самостимулювання розвитку знань на основі інформаційно-

комунікаційних технологій.

Тобто, для економіки знань характерним є розгляд знання в трьох аспектах: як продукту, як ресурсу і як фактору розвитку інформаційного суспільства. Явно чи неявно, дослідження цих трьох елементів зустрічаються в роботах інших дослідників інформаційної економіки, в числі яких П. Друкер, М. Кастельс, П. Пільцер, М. Порат, Т. Сакая, Т. Стюарт, Е. Тоффлер та ін.

Наприклад, Т. Стюарт, досліджуючи природу інформаційної економіки, робить наголос на ресурсній характеристиці знання та інформації. Він пише, що сьогодні матеріальні активи витісняються інтелектуальними, а поточні – інформацією [19, с.376].

За розрахунками С. Барлі протягом ХХ ст. частка американців, чия праця пов'язана з матеріальним виробництвом і наданням непрофесійних послуг скоротилася із 83 % до 41 %, тоді як частка тих, хто працює з інформацією, виросла з 17 % до 51 % [19, с.381]. Втім сам факт зростання частки зайнятих в інформаційному секторі сам по собі не означає формування інформаційної економіки. Для цього кількісні зміни повинні перерости у формування нової якості сучасної економічної системи, дослідженню якої присвячено його книгу «Інтелектуальний капітал. Нове джерело багатства організацій».

Намагаючись сконцентруватися на аналізі тих якісних змін, які несе в собі масове поширення інформації та заміщення нею традиційних ресурсів у виробничій функції суспільного випуску, в цій праці Т. Стюарт називає інформацію суспільним благом з усіма наслідками, що виливаються із такої кваліфікації. Вчений пояснює свою точку зору тим, що знання не зменшуються в міру їх використання. Вони є невідчужуваними: придбання одним суб'єктом якогось обсягу знань ніяк не зменшує можливостей іншого щодо його придбання, чого не можна сказати, наприклад, про порцію морозива або про місце в автобусі. На вартість створення знань не впливає, скільки людей буде користуватися ними згодом [19, с.389]. І дійсно, це все є ознаками суспільного блага за П. Самуельсоном [17, с. 423–424]. Однак, ми вважаємо недоцільним отождолення знання та інформації із суспільним благом,

оскільки не всі ознаки чистого суспільного блага є їм характерними. Наприклад, інші базові ознаки суспільного блага – неподільність (надто висока собівартість виробництва суспільного блага для його випуску окремою приватною особою) та неможливість обмеження доступу до споживання суспільного блага на знання й інформацію не поширюються. Окремі види інформації чи навіть окремі наукові теорії створюються окремими людьми та залишаються у їх виключній власності до тих пір, доки вони не приймуть рішення поділитися знанням з іншими. Після створення знання та інформація не поширюються автоматично на усіх бажаючих їх отримати. Доступ до інформації є платним. Слід купити книжку, оплатити право доступу до електронного ресурсу даних тощо.

Безкоштовність споживання суспільних благ зазвичай пов'язують із нульовими граничними витратами надання блага додатковому індивіду [18, с.31] на протизагу зростаючим граничним витратам виробництва приватних матеріальних благ. Щодо інформації як товару, то вона відрізняється і від перших, і від других, займаючи проміжну позицію між цими двома крайнощами. З одного боку граничні витрати на споживання інформації, прямують до нуля, з іншого, вони все ж залишаються величиною додатною. Про це пише і сам Т. Стюарт, зауважуючи, що структура собівартості більшості наукомістких товарів і послуг («матеріалізованого знання») різко відрізняється від структури собівартості «матеріалізованого матеріалу». Велика частина понесених витрат припадає на підготовчий період випуску блага: це означає, що собівартість виготовлення першого примірника непропорційно велика порівняно із собівартістю наступних. У видавничій справі, наприклад, початкові капіталовкладення, що включають в себе гонорар автора, а також вартість макету і набору, значно вище, ніж собівартість паперу, процесу друку і палітурки тиражу [19, с.390].

Таким чином, якщо вже порівнювати інформаційний продукт із суспільним благом, то краще назвати його квазісуспільним благом, яке, з одного боку, задовольняє вимогу неконкурентності знань у споживанні

(в тому сенсі, що їх споживання одним суб'єктом не виключає можливості одночасного споживання іншими) і збагачує суспільний добробут, а з іншого – є подільним і може характеризуватися обмеженням на споживання. Це дозволить одночасно і забезпечити категоріальну чистоту, і зберегти можливість використання багатого інструментарію аналізу суспільних благ для дослідження інформаційної економіки.

Іншою ознакою інформаційної економіки за Т. Стюартом є обмеження на дію сформульованого ще у XVIII столітті Т. Мальтусом та Д. Рікардо закону спадної доходності. Економічна діяльність інформаційного віку характеризується зростаючою, а не спадною доходністю, як внаслідок описаної вище структури собівартості інформаційних благ, так і внаслідок дії мережевого зовнішнього ефекту, який пояснює залежність корисності товару не тільки від його споживчих характеристик, але й від величини бази інших користувачів цим товаром. Справа в тому, що вартість знань збільшується внаслідок розширення кола осіб, що їх використовують. Як наочний приклад наведемо операційну систему Windows корпорації «Майкрософт». Оскільки Windows встановлена на безлічі комп'ютерів, програмісти прагнуть розробляти прикладні програми перш за все для цієї системи, а вже потім створюють додатки, сумісні з іншими операційними системами. У свою чергу, велика кількість новітніх прикладних програм підвищує привабливість Windows в очах покупців комп'ютерів, завдяки чому виникає ефект наростаючої позитивного зворотного зв'язку. Оскільки Windows користується більшість ваших друзів і ділових партнерів, ви відчуваєте, що повинні наслідувати їхній приклад, хоча б для того, щоб забезпечити сумісність з їх комп'ютерами. Наявність великої кількості споживачів і програм, в свою чергу, зміцнює збутові і сервісні організації, які ще більше приваблюють покупців. і т.д. Все це означає порушення ще одного фундаментального закону «старої» економіки – зростання цінності рідкісних благ. Американський сатирик У. Роджерс, керуючись логікою традиційної неокласики, радив своїм читачам купувати землю, оскільки її більше не «виробляють». А ось знання з

кожним днем «виробляється» все більше, тоді як його цінність й ціна постійно зростають під дією описаного вище мережевого ефекту [19, с. 390–393].

Інша відмінність інформаційної економіки, про яку не можна не сказати – характер зміни інформаційного продукту в просторі та часі. Як і попередні вона також є свідченням на користь квазісуспільного характеру інформаційних благ. Знання існують незалежно від простору. Подібно квантовим частинкам, вони можуть перебувати в кількох місцях одночасно. Т. Стюарт пише: продайте мені пиріг, і у вас його більше не буде; продайте мені рецепт пирога, і він буде у нас обох [19, с.389]. І це є чинником що стимулює поширення знань, їх глобалізацію.

Але якщо знання та інформація в цілому не обмежені простором, то до дії фактору часу вони (принаймні окремі їх форми) є надзвичайно чутливими – навіть більшою мірою, ніж матеріальні активи. Хоча останні знецінюються катастрофічно, часом до повної втрати вартості, це відбувається поступово і повільно, тоді як, скажімо, порада, на якого коня зробити ставку, яка до забігу потенційно коштувала тисячі доларів, втрачає будь-яку цінність, як тільки закривається віконце тоталізатора. Чутливість до фактору часу викликала до життя цілі галузі, засновані на бажанні передбачити майбутні форми знань: службу погоди, опитування громадської думки з політичних питань, фондову біржу, і т.д., які сформували інформаційну інфраструктуру сучасної економіки [19, с.390].

Схожі до наведених вище висновків Т. Стюарта щодо змісту інформаційної економіки майже одночасно робить М. Кастельс. Аналізуючи економіку нового типу він наділяє її двома ознаками: інформаційністю та глобальністю. На думку вченого, на зміну індустріальному способу виробництва йде інформаційний, головним джерелом якого є технологія генерування знань, обробки інформації та символічної комунікації. Відтак інформаційна економіка – це така економіка, у якій конкурентоспроможність суб'єктів господарювання визначається їхньою здатністю генерувати, обробляти й ефективно використовувати інформацію, що ґрунтується на знаннях [7, с.42].

Глобальність же пов'язана із легкістю та швидкістю розповсюдження знань на відміну від товарів в умовах розвинених комунікаційних технологій.

Як і Ф. Махлуп та Т. Стюарт, М. Кастельс розглядає інформаційну економіку у трьох ракурсах: через ресурсні, товарні характеристики інформації та здатність знання стимулювати саморозвиток інформаційної економіки. Вчений пише, що в нових умовах економіка не лише спрямована на виробництво та поширення інформації, а й сама зазнає впливу цих технологій. Розвиток інформаціоналізму, на думку М. Кастельса, призводить до появи нового мережевого суспільства та відповідної йому мережевої економіки. Описані вище Т. Стюартом мережеві ефекти в сучасній інформаційній економіці є не виключеннями, а правилом. М. Кастельс зазначає, що мережева форма соціальної організації існувала й раніше, втім саме парадигма нової інституційної технології забезпечила матеріальну основу для її глибокого проникнення в структуру суспільства [6, с.494]. Інформація як мережеве благо за М. Кастельсом ілюструє експоненціальне зростання власної цінності, формуючи все більше відмінностей сучасної економічної системи від її індустріального аналога. Все більша частка ВВП сьогодні виробляється в галузях, для яких не діють традиційні закони попиту і пропозиції (для мережевих благ вони носять зворотній характер, внаслідок дії зовнішнього ефекту [3, с. 17–18]) на підприємствах, що характеризуються зростаючою доходністю і т.д. А отже, мало розуміти квазісуспільний характер інформації при побудові моделі діючої економічної системи, слід ще враховувати її мережевість та обумовлену нею дію ефекту залежності від пройденого шляху (path dependence), що визначає траєкторію та темпи розвитку інформаційної економіки сучасності.

Ще один дослідник інформаційної економіки, який в цілому дотримується запропонованої Ф. Махлупом рамки дослідження, робить акцент на товарній площині дослідження інформаційної економіки, – Т. Сакайя. Він вказує на те, що інформація і знання є настільки специфічними товарами, що їх домінування в економіці змушує шу-

кати нові підходи до пояснення механізмів її функціонування. Наприклад, він акцентує увагу на неможливості застосування теорії трудової вартості до ціноутворення інформаційних продуктів, вимагаючи застосування альтернативного маржиналістського підходу оцінки альтернативної вартості часу, витраченого на створення інформаційного блага. Втім навіть альтернативна вартість не буде достатнім індикатором рівня ціни в інформаційній економіці. Т. Сакайя пише, що в суспільстві, яке ґрунтується на створенні знанням цінності, ціна товару і обсяг його продажів значно збільшаться в разі, якщо при його маркетингу споживачеві вдасться нав'язати уявлення про те, що цей продукт є результатом нових технологій, володіє унікальними функціями, відповідає потребам людей з тонким смаком, зрештою – є останній криком моди [3, с.366]. Тобто, в інформаційній економіці розрив між вартістю і ціною є не виключенням, а нормою, а величина такого розриву має тенденцію до зростання.

Інформаційна економіка містить вбудований стабілізатор негативної дії цього ефекту у вигляді тенденції до скорочення життєвого циклу інформаційного товару, хоча його ефективність є обмеженою. Будь-який прорив на ринку, досягнутий завдяки випуску нового створеного знанням продукту, закінчиться, як тільки інші виробники зможуть знайти варіант, який буде представлений як ще більш ефективний. Це породжує гонку інновацій, в якій продукція насичується знаннями набагато більшою мірою, ніж цього вимагають її функції, тільки лише заради формування враження про більш високий рівень втіленого в ній інтелектуального потенціалу. Сучасні годинники, фотокамери, персональні комп'ютери наділені функціями, які покупець навряд чи застосує і яких він рідко потребує, втім даючи тимчасову перевагу виробникові над конкурентами вони збільшуватимуть свою інформаційну ємність з часом [16, с.367]. А це означає надмірну диференціацію продукції і зайві, суспільно неефективні витрати як плату за цю тимчасову перевагу. При цьому проблемою інформаційної економіки є те, що плату несе все суспільство, а перевагою користуються його окремі члени, деформу-

ючи відтворювальні пропорції та створюючи соціальну напругу в суспільстві.

Останнє, як наслідок інформаціоналізації економіки, досліджував видатний американський вчений П. Друкер. У своїй праці «Посткапіталістичне суспільство» він концептуалізує ситуацію, що склалася у США після того, як були пережиті основні економічні й політичні потрясіння, спричинені комп'ютерною революцією, і утвердились основи панування нового технологічного способу виробництва. Він пише, що інноваційна економіка 1990-х років принципово відрізняється від економіки виробництва 1960–1970-х років тим, що її основною рисою стала розробка ідей, які руйнують попередні рішення, товари, послуги й виробництво. Знання тепер використовуються для виробництва знань [4, с.65], що означає їх постійну суперечність між собою, і постійне оновлення. При чому темпи такого оновлення нині є безпрецедентними, але ще більшими у порівнянні є темпи поширення результатів цієї інформаційної революції на суспільні, в тому числі економічні відносини.

Інформаційне суспільство, формуючись спільно та у взаємодії з підприємницькою економікою, має, на думку П. Друкера, такі особливості:

1. Інновації і підприємництво охоплюють все більше соціальних і політичних осередків суспільства, стають щоденною, буденною практикою. Це – соціальні інновації, які безперервно перебудовують відносини як між людьми та організаціями, так і між ними та державою;

2. Розвиток четвертого сектору, де добровільна праця громадян ґрунтується на почутті обов'язку й покликанні, піднімає людину до відчуття реальної особистої участі у вирішенні суспільних і державних проблем, формує масову громадянськість і нову демократію;

3. Робочі місця перестали бути рідкістю, що дозволило працювати навіть жінкам, які мають маленьких дітей. Зміцніла віра людей у себе, їх незалежність і терпимість;

4. Нагромадження знань розподілило суспільство на високооплачуваних людей, зайнятих творчою працею, і недостатньо

підготовлених, а отже, низькооплачуваних, обслуговуючий персонал. Протиріччя між ними – основний соціальний конфлікт цього суспільства [21, с. 198–205].

Таким чином, П. Друкер визначає як передумови, так і наслідки поширення інформаційної економіки не стільки на суто економічному рівні, як це робили вище проаналізовані дослідники, скільки на інституційному. Він визначає множину соціально-економічних відносин, що виступають складовою будь-якої економічної системи, в тому числі інформаційного типу. Якщо вище ми переважно говорили про перші дві складові базової тріади інформаційної економіки, то зараз мова йде про третю – механізм саморозвитку інформаційної економіки на основі самовідтворення знань. У прагненні здолати тимчасовість економічної влади, дарованої інноваціями, підприємці генеруватимуть нові технології виробництва нових інформаційних продуктів. У прагненні подолати створену підприємцями інформаційну асиметрію, споживачі будуть виставляти нові, все вищі вимоги до інформаційного товару. Усвідомлюючи нові завищені інформаційні вимоги до робочої сили, постачальники цього ресурсу підвищуватимуть власну кваліфікацію. Циклічна залежність між цими трьома мікростимулами до інновацій лежить в основі механізму саморозвитку знання в інформаційній економіці.

Підсумовуючи аналіз фундаментальних досліджень змісту інформаційної економіки, можемо зробити висновок, що сучасна інформаційна економіка базується на трьох китах – ресурсному потенціалі інформації, товарній формі інформації та, опосередкованому породжуваними інноваційною діяльністю соціально-економічними нерівностями, механізмі самостимулювання розвитку інформаційної економіки, як у ресурсній, так і в товарній площині. Вони формують базову тріаду інформаційної економіки.

Схожі висновки можна зробити за результатами дослідження праць сучасних українських дослідників та вчених з країн ближнього зарубіжжя. Наприклад, А. Маслов, аналізуючи інформаційну економіку, в числі її основних характеристики виділяє:

1) перетворення науки в безпосеред-

ню продуктивну силу і підвищення значення нематеріальних, зокрема інформаційно-знанневих активів;

2) виникнення глобальної мережі фінансового капіталу та поєднання фінансового капіталу з високими технологіями, що забезпечує їх переважний розвиток;

3) посилення зміни галузевої структури виробництва на основі випереджального росту сектору послуг та його структурування у напрямку від структурування суто третинного сектору до появи четвертинного сектору за межами третинного, що обумовлено зростанням попиту на інформацію та знання;

4) зміна структури зайнятості, зниження частки зайнятості в традиційних галузях, та абсолютне і відносне зростання зайнятості в інформаційно-знанневих галузях виробництва;

5) децентралізація управління виробництвом і перехід від вертикального (ієрархічного) до горизонтального (мережевого) принципу організації;

6) демасифікація виробництва з урахуванням зміни попиту і включення до нього культурного елементу;

7) диверсифікація, індивідуалізація і фрагментація праці [11].

Як бачимо цей перелік мало чим відрізняється від вище досліджуваних ознак інформаційної економіки, повністю відповідаючи детермінованій нами її базовій тріаді.

Проведений нами контент-аналіз дефініцій інформаційної економіки, що зустрічаються у сучасній економічній літературі (таблиця 1), дозволив зробити висновок щодо наявності двох альтернативних підходів до її визначення – інструментального та фундаментального.

Таблиця 1

### Дефініції інформаційної економіки в сучасній економічній літературі

Підхід	Автор	Дефініція
Інструментальний	Мельник Л.	Інформаційна економіка – виробнича система у поєднанні з сферою споживання, де інформація є провідною виробничою силою (визначальним засобом та предметом праці), а також основним продуктом виробництва і предметом споживання.
	Плескач В., Затоначка Т.	Інформаційна економіка – це господарська діяльність у сфері інформаційних послуг, їх виробництва та обміну, де основними ресурсами є інформація та знання.
	Туфетулов А.	Інформаційна економіка являє собою широку сукупність галузей, що виробляють і розповсюджують товари і послуги з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.
	Ніколаєв Є.	У вузькому сенсі інформаційна економіка є окремим сектором національної економіки, де створюється інтелектуальний продукт (наука, освіта тощо). Інформаційна економіка у широкому сенсі – це така економічна система, де галузі, в яких створюється інтелектуальний продукт, посідають центральне місце та визначальним чином впливають на функціонування усіх інших галузей.
	Корнійчук Б.	Інформаційна економіка – це сучасна стадія розвитку цивілізації, яка характеризується переважною роллю творчої праці та інформаційних продуктів.
Фундаментальний	Бажал Ю.	Інформаційна економіка – така фаза розвитку суспільства, в якій головними продуктами виробництва є інформація та знання, а відмінними рисами є збільшення ролі інформації та знань у житті суспільства, зростання частки інформаційних комунікацій, продуктів і послуг у ВВП, створення глобального інформаційного простору, де відбувається ефективна інформаційна взаємодія людей, зокрема й завдяки їх доступу до світових інформаційних ресурсів і споживанню відповідних інформаційних продуктів і

		послуг
	Лемещенко П. Шумских О.	Інформаційна економіка – це економіка, заснована на передумові, що інформація має економічну цінність і вимагає інформаційного ринку, на якому можливий інформаційний обмін.
	Маслов А.	Інформаційна економіка – це економіка, що утворилась на поєднанні і охоплює елементи традиційної, мережевої та економіки знань, утворюючи при цьому свої особливі змістові елементи. Вона заснована на інформації та знаннях.
	Дятлов С.	Інформаційна економіка – це мережева економіка, що складається з великої кількості інформаційних мереж, що формують інформаційний простір як структуровану систему інформаційних об'єктів та процесів, а також способів їх взаємодії та взаємовпливу.
	Малик П.	Інформаційна економіка – це такий тип економіки, де продуктивність і конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів залежать головним чином від їх здатності генерувати, обробляти й ефективно застосовувати інформацію, засновану на знаннях.

Джерело: складено за матеріалами [13, с. 15; 13, с. 86; 20, с. 7; 20, с. 42; 8, с. 41; 9, с. 155; 14, с. 59; 1; 10; 15]

Перший використовується Л. Мельником [13], В. Плескач і Т. Затонацькою [15], А. Туфетуловим [20] та цілим рядом інших вчених у цілях прикладного економічного аналізу, допомагаючи структурувати економіку за ознакою інформаційної насиченості. Другий – передбачає дослідження впливу інформаційного чинника на глибинні зміни економічної системи, детермінацію ознак, в яких ці зміни проявляються. Усвідомлюючи потребу економічної науки в обох підходах до детермінації інформаційної економіки, у своєму дослідженні ми все ж дотримуватимемося фундаментального підходу, як такого, що краще відповідає цілям поточного дослідження.

Наведені у таблиці 1 визначення є схожими між собою, а аналіз їх спільних рис повертає нас до визначень класиків інформаційної економіки – Ф. Махлупа, М. Кастельса, Т. Стюарта, П. Друкера та ін., ілюструючи відповідність між уявленнями різних дослідників про інформаційну економіку як економіку, ключовими детермінантами якої є домінування інформації в структурі ресурсного забезпечення відповідного типу економіки, в товарній структурі її попиту, а також в її господарському механізмі, що забезпечує ефективне функціонування та розвиток інформаційної економіки за правилами і законами, відмінними від тих, що діяли в епоху індустріальної економіки.

**Висновки.** Підсумовуючи результати

проведеного дослідження, слід вказати на те, що кожна із проаналізованих нами вище концепцій і власне дефініцій інформаційної економіки дає тільки фрагментарну картину відповідної економічної системи, дозволяючи прослідкувати дію тільки окремих її економічних ефектів, в числі яких – квазісуспільний чи мережевий характер інформаційних благ, обумовлене цим порушення законів попиту та пропозиції, їх невідповідність Маршалліанській моделі, обмеження на дію закону спадної доходності, зростання розбіжності між вартістю і ціною насиченого інформацією блага, його чутливість до дії фактору часу, продуктова диференціація і т.д. Втім їх повне врахування при визначенні змісту інформаційної економіки і не потрібне. На різних етапах розвитку інформаційної економіки, в різних національних умовах тощо вона може набувати цілого ряду периферійних ознак, що не змінюватимуть її змісту. Зміст же інформаційної економіки, на нашу думку, полягає у домінуванні інформації в структурі кожної складової економічної системи, що, порушуючи дію окремих економічних законів індустріальної епохи, формує нову систему взаємозв'язків між ними та забезпечує достатні стимули для їх самовідтворення та саморозвитку.

### Література

1. Бажал Ю. Інформаційна економіка / Ю. Бажал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:



[http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/bitstream/123456789/2430/1/Bazhal\\_Informatsiyna\\_ekonomika.pdf](http://www.ekmair.ukma.kiev.ua/bitstream/123456789/2430/1/Bazhal_Informatsiyna_ekonomika.pdf)

2. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність / В. Д. Базилевич. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/19119-rozdl-7-ntelektualna-dyalnst-ta-ntelektualniy-kaptal-v-ekonomts-nformatsynogo-susplstva.html>

3. Гриценко А. Формування інформаційно-мережевої економіки / А. Гриценко, Є. Песоцька // Економічна теорія. – 2013. – №1. – С. 5–19.

4. Дракер П. Постиндустриальное общество / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 67–100.

5. Дятлов С. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование, монография: / С. А. Дятлов, В. П. Марьяненко, Т. А. Селищева. – СПб.: Астерион, 2008. – 416 с.

6. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 492–505.

7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. / М. Кастельс. – М.: ВШЭ, 2000.

8. Корнейчук Б. В. Информационная экономика: учеб. пособие / Б. В. Корнейчук. – СПб.: Питер, 2006. – 400 с.

9. Лемещенко П. С. Информационная экономика: мировые тенденции и специфика развития в Республике Беларусь / П. С. Лемещенко, Е. В. Шумских // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – 2014. – №1 – С. 154–163.

10. Малик І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні / І. П. Малик // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – Випуск 1 (14). – 2013. – С. 25–34.

11. Маслов А. Теорія інформаційного суспільства як методологічна основа теорії інформаційної економіки / А. Маслов // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка 2011. – № 123 <http://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-informatsiynogo-susplstva-yak-metodologichna-osnova-teoriyi-informatsiynoyi-ekonomiki>

12. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М.: Прогресс, 1966. – 462 с. (Fritz Machlup. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton: Princeton University Press. 1962).

13. Мельник Л. Г. Информационная экономика: Учебное пособие. / Л. Г. Мельник. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. – 288 с.

14. Ніколаєв Є. Б. Про предмет теорії інформаційної економіки Про проблеми формування нової економіки ХХІ століття: Матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. 23–24 грудня 2010 р.: в 6 т. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2010. – Т.1. Національні стратегії розвитку в умовах глобалізації. – 2010. – С. 59–61.

15. Плескач В. Л. Електронна комерція: підручник / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с.

16. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или история будущего / Т. Сакайя // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999 – С. 337–371.

17. Самуельсон П. А. Мікроекономіка / П. А. Самуельсон, В. Д. Нордгау. – К.: Основи, 1998. – 676 с.

18. Слухай С. Довідник базових термінів та понять з мікроекономіки / С. Слухай. – К.: Аграр Медіа Груп, 2015 – 374 с.

19. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 372–400.

20. Туфетулов А. М. Информационная экономика и информационное общество / А. М. Туфетулов А. М // Актуальные проблемы экономики и права. 2007. – № 3. – С. 39–42.

21. Маслов А. О. Структура інформаційної економіки та її місце в сучасній господарській системі / А. О. Маслов // Економіка. – 2012. – №20. – С. 3–13.

22. Шевченко О. О. Історія економіки та економічної думки: сучасні економічні теорії: навч. пос. / О. О. Шевченко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 280 с.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

*А. Г. Герасименко, д. э. н., доцент, профессор, В. Ю. Свистильник, аспирант,  
Киевский национальный торгово-экономический университет*

В статье рассматривается теоретико-методологическое содержание информационной экономики как нового типа экономической системы. Выделяются ее основные детерминанты: доминирование информации в ресурсной, товарной структуре экономики, а также в структуре хозяйственного механизма экономической системы, что обеспечивает самовоспроизведение и саморазвитие информационной экономики. Прямые или косвенные ссылки на эти детерминанты мы находим в трудах всех ключевых исследователей информационной экономики. Кроме того, в статье обоснован квазиобщественный характер информационных благ.

**Ключевые слова:** информация, информационная экономика, сетевая экономика, ква-

зобщественное благо, інформаційна асиметрія.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ANALYSIS  
OF INFORMATION ECONOMY

*H. Gerasymenko, D.E., Professor, . Yu. Svystilnyk, Post-graduate student,  
Kyiv National University of Trade and Economics*

The theoretical and methodological essence of the information economy as a new type of economic system is considered. Its main determinants are pointed out: the dominance of information in the resource and commodity structure of the economy, as well as in the structure of the economic mechanism of the economic system, which ensures the self-reproduction and self-development of the information economy. Direct or indirect references to these determinants have been found in the works of all key researchers of the information economy. In addition, the quasi-public nature of information goods is grounded.

**Keywords:** information, information economy, network economy, quasi-public goods, information asymmetry.

*Рекомендовано до друку д. е. н., проф. Пилипенко Г. М.*

*Надійшла до редакції 01.03.17.*