

## **ПРОБЛЕМИ ЦИФРОВОЇ НЕРІВНОСТІ В УКРАЇНІ. ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ**

Розвиток інформаційних технологій є одним із найважливіших чинників, що безпосередньо впливають на розвиток економічної, політичної та соціальної галузей країни. В сучасних умовах інформатизація суспільства є провідним фактором соціально-економічного розвитку держави. Розвиток інформаційних технологій необхідно розглядати як національний пріоритет держави.

На основі наукових досліджень останніх років можна зробити висновок, що одним із наслідків інформатизації суспільства є цифрова нерівність.

Подолання цифрової нерівності є однією з необхідних умов побудови інформаційного суспільства в Україні. Доцільно детально проаналізувати та врахувати умови, які перешкоджають проникненню інформаційних технологій [1].

За даними Дослідницького холдингу Factum Group Ukraine, проникнення Інтернету в Україні у III кварталі 2019 р. становить 71 % (22,96 млн користувачів). У 65 % населення (21 млн користувачів) є доступ до Інтернету вдома.

Найбільше користувачів в мережі у Центрально-Північних регіонах України (33 %), на Сході – 29 % , Заході – 27 %. Південь країни досяг показника в 11 %.

У містах з населенням більше 100 000 кількість користувачів Інтернету складає 74 % ( у 2018 р. – 71 %), що становить 42 % від всіх користувачів Інтернету в Україні. У містах з населенням менше 100 000 кількість користувачів Інтернету складає 70 % (у 2018 р. – 63 %), що становить 29 % від загальної кількості користувачів. Також 29 % складають жителі сёл. Спостерігається зростання використання Інтернету в сільській місцевості у 2019 р. – 58 % (у 2018 р. – 53 %).

Найбільша кількість користувачів серед осіб віком від 25–34 років складає 25 %, на другому місці користувачі віком від 35 до 44 років – 21 %, на третьому місці користувачі віком від 45 до 54 років, підлітки та молодь віком від 15 до 24 років – 15%, 12 % – віком від 55 до 64 років та 8 % – користувачі старші 65 років [2].

На основі спостережень зроблено висновок, що у 2019 р. в Україні стався різкий стрибок приросту користувачів у мережі.

Що стосується інтернет-доступу, 66 % користувачів використовують телефон або смартфон, ноутбук – 40 %, стаціонарний комп'ютер використовують – 36 %, планшет – 14 %.

У 2019 р. урядом України впроваджені інституційні перетворення у сфері регулювання цифрового розвитку держави: створення Міністерства цифрової трансформації, яке відповідає за державну політику у сферах цифрового розвитку суспільства та цифрових інновацій. Результатом його роботи у 2019 р. стало створення ефективної онлайн-платформи «Дія. Цифрова освіта» для розвитку цифрової грамотності населення, мобільного додатку «Дія», проведення першого в історії України соціологічного дослідження цифрових навичок громадян тощо [3].

У липні 2019 р. Президент В. Зеленський підписав указ № 497/2019 «Про деякі заходи з покращення доступу до мобільного Інтернету», який повинен вирішити проблему цифрової нерівності між містом і селом [4].

Законодавство України у сфері ІКТ визначає розвиток інформаційних технологій як один із пріоритетних напрямів державної політики [5]. Тому важливим є здійснення таких кроків у напрямку подолання цифрової нерівності: забезпечення якісного процесу інформатизації країни; підвищення технологічної обізнаності населення, виховання власних висококваліфікованих ІТ-спеціалістів; створення умов для працевлаштування молодих ІТ-

спеціалістів в Україні, щоб зупинити відтік кваліфікованих фахівців за кордон; забезпечення цифрового суверенітету та інформаційної безпеки України [6].

Подолання цифрової нерівності в Україні можливе за умови тісної співпраці фахівців з інформаційних технологій, соціологів, політиків, психологів тощо. Вирішення цієї проблеми є необхідною передумовою розвитку інформаційного суспільства в Україні.

### Список використаних джерел

1. Аніщенко О. В. Інформаційна нерівність у сучасному суспільстві. *Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи*: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції. Київ–Львів, 2012. Вип. 3. Ч. 1. С. 100–103.
2. Майже 23 млн українців регулярно користуються Інтернетом – дослідження. URL: <https://mind.ua/news/20204323-majzhe-23-mln-ukrayinciv-regulyarno-koristuyutsya-internetom-doslidzhennya>. (дата звернення: 20.06.2020).
3. Проєкти. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/projects>. (дата звернення: 20.06.2020).
4. Указ Президента України №497/2019. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4972019-27953>. (дата звернення: 20.06.2020).
5. Єршова О. Л. Чинники подолання цифрової нерівності: світовий досвід та можливості для України. *Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем*. 2016. Вип. 21. С. 106–115.
6. Миськевич Т. Цифрова нерівність у сучасному суспільстві: український вимір світових тенденцій. *Український журнал з бібліотекарства та інформаційних наук*. 2019. Вип. 3. С. 87–107.



**Філіпішин І. В., д-р екон. наук, професор**  
**Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця**

### МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ

Стрімке зростання та диференціація попиту на всі види інформації, і наукову також, технічну і більшою мірою – економічну, а також підвищення вимог до змісту та форм її надання є суттєвими чинниками розвитку сфери інформаційного бізнесу. Для всебічного розвитку українського ринку інформаційних продуктів та послуг потрібен механізм, який забезпечував би динамічну рівновагу між виробництвом та споживанням інформаційної продукції. Основою такого механізму повинен бути маркетинг, оскільки він є визнаною формою усунення протиріч між попитом та пропозицією. Тому закономірним наслідком розвитку інформаційного бізнесу стає виділення із загальної концепції маркетингу самостійного напрямку – маркетингу інформаційних продуктів та послуг.

Інформаційний ресурс є стратегічним ресурсом розвитку виробництва, оскільки забезпечує ефективність виробництва загалом завдяки зростанню ефективності оперативного управління та використання найновіших наукових розробок. Інформацію потрібно розглядати як специфічний стратегічно важливий товар – інформаційні продукти та послуги.

Розвиток виробництва інформаційної продукції та організація інформаційного сервісу повинні базуватися на всебічному аналізі та прогнозуванні попиту, споживацької поведінки