

ББК 32.811 65.5

**КЛАССИФИКАЦИЯ И
ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
РАЗВИТИЯ РЫНКА
ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ**

Баховудинов Джамшедхон Хайдархаджаевич,
соискатель кафедры экономики предприятий и
региона ТГУПБП (Худжанд, Таджикистан)

**ТАСНИФ ВА ХУСУСИЯТҲОИ
ХОСИ ИНКИШОФИ БОЗОРИ
ХИЗМАТҲОИ ИТТИЛООТӢ**

Баховудинов Чамшедхон Хайдархоҷаевич,
унвонҷӯи кафедраи иқтисодиёти корхонаҳо ва
минтақаи ДДХБСТ (Тоҷикистон, Хучанд)

**CLASSIFICATION AND
CHARACTERISTIC FEATURES OF
INFORMATION SERVICES MARKET
DEVELOPMENT**

Bahovudinov, Djamshedhon Khaydarkhadjayeich,
claimant for candidate degree of the department of
the economy of outfits and regions under the
TSULBP (Tajikistan, Khujand)
E-MAIL: jamik_22@mail.ru

Ключевые слова: рынок информационных услуг, региональный информационный рынок, методологические предпосылки, информационно - коммуникационные технологии, характеристика и классификация рынка

Излагаются результаты исследования регионального рынка информационных услуг, приведены его различные классификации и характерные особенности. Отмечено, что региональный рынок информационных услуг является одним из типов локальных рынков. Предложено несколько методологических предпосылок для его развития. Особое внимание уделено мнениям зарубежных, в основном российских, ученых, выделяющих характерные черты рынка информационных услуг. На основе анализа различных исследований выделена классификация пространственных признаков рынка А.В. Фалеева, в которой выделены его важные функции для развития региона, поскольку посредством указанных форм информации можно охарактеризовать информационную конъюнктуру в регионах и выявить прикладные аспекты обслуживания региональных рынков. В заключении, на основе обобщения взглядов ученых, предложена авторская схема классификации информационных услуг.

Калидвожаҳо: бозори хизматҳои иттилоотӣ, бозори минтақавӣ иттилоотӣ, заминаҳои методологӣ, технологияҳои иттилоотӣ - комунникатсионӣ, ҳислат ва таснифоти бозори хизматрасониҳои иттилоотӣ

Дар мақолаи мазкур натиҷаҳои тадқиқоти олимони хориҷӣ оид ба хизматрасониҳои иттилоотӣ ироа гардида, таснифоти мухталиф ва хусусиятҳои вижаи онҳо баррасӣ шудааст. Зикр гардидааст, ки бозори минтақавӣ хизматҳои иттилоотӣ яке аз типҳои бозорҳои локалӣ (маҳаллӣ) ба шумор меравад. Якчанд заминаҳои иттилоотии рушди бозори минтақавӣ пешниҳод гардидааст. Ба ақоиди олимони хориҷӣ, асосан русиягӣ, ки аломатҳои хоси бозори хизматҳои иттилоотиро ҷудо кардаанд, диққати махсус дода шудааст. Дар асоси таҳлили тадқиқоти гуногун таснифи аломатҳои фазоии бозор, ки А.В. Фалеев пешниҳод намудааст, ҷудо карда шудааст. Дар ин тасниф вазифаҳои муҳими бозори хизматҳои иттилоотӣ муайян гардидаанд, зеро тавассути шаклҳои мазкури иттилоот вазъи иттилоотиро дар минтақаҳо тавсиф намудан ва ҷанбаҳои амалии хизматрасониро ба бозорҳои минтақавӣ ошкор сохтан мумкин аст.

Key words: *information services market, regional information market, methodological background, information and communication technologies, characteristics and classification of the information services market*

The author of the article expounds the results of investigation related to the regional market of information services, he adduces its different classifications and characteristic features. It is underscored that regional market of informational services is one of the types of local markets. Several methodological prerequisites for its development are offered. Special attention is paid to the opinions of foreign, mainly Russian, scholars who single out characteristic features of the market of informational services. Proceeding from the analysis of diverse researches, the author singles out the classification of special signs of the market kept to by A. V. Faleev; the latter singles out its important functions targeted at the development of the region as by means of the pointed forms of information it is possible to characterize informational conjuncture of the region and to elicit applied aspects of services in reference to regional markets. In conclusion, designing on the premises of generalization of scientists' views, the author proposes a scheme of his own dealing with classification of informational services.

На текущем этапе развития человеческой цивилизации стало очевидно, что в экономике всех стран мира рынок информационных услуг является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей народнохозяйственного комплекса, поскольку стремительными темпами растет спрос на его услуги. Одновременно с этим этот сектор является относительно новым направлением в науке, поэтому теоретико-практические аспекты исследования развития рынка информационных услуг до сих пор не нашли должного осмысления, следовательно, их изучение представляется своевременным и актуальным. Целью настоящей работы является построение классификации и определение характерных особенностей развития региональных рынков информационных услуг.

Методологической основой исследования становления региональных рынков информационных услуг можно считать теорию отраслевых рынков, а также теорию воспроизводства. Первое аргументируется тем, что рынок информационных услуг является одним из сегментов потребительского рынка. Следовательно, по объектам торговых сделок и разновидности товаров (услуг) покупателям, а также по степени регулируемости и масштабам операций, рынок информационных услуг можно выделить в качестве особого типа рынка, считающегося наиболее прибыльной сферой бизнеса. Другим аргументом является то, что рыночная экономика состоит из совокупности взаимосвязанных, но обладающих определенной самостоятельностью специализированных рынков. С этой позиции региональный рынок информационных услуг выступает как один из типов локальных рынков. В экономической науке очень хорошо раскрыта суть специализированного рынка, согласно которой специализированный рынок – это место встречи продавца и покупателя товаров и/или услуг определенной отрасли [5].

Исследование рынка информационных услуг в социально-экономической системе общества в рамках теории воспроизводства позволяет выявить значение каждого отдельного вида информационных услуг в общественной хозяйственной практике и тем самым исследовать пропорции развития регионов и их роль в обеспечении устойчивых темпов экономического роста в масштабах всей страны. Это определяется тем, что региональный воспроизводственный процесс представляет собой возобновляемый и постоянно повторяющийся процесс производства на новом уровне на основе использования материальных, финансовых, трудовых и информационных ресурсов региона. С этой позиции можно

выделить следующие методологические предпосылки развития региональных рынков:

1. Завершенный характер регионального воспроизводственного процесса и развития рыночных отношений обуславливает закономерность формирования в регионе рынка информационных услуг.

2. Объективная взаимосвязанность и взаимодействие всех субъектов хозяйствования, действующих во всех отраслях экономики регионов, предопределяет формирование основных положений региональной политики по регулированию использования информационных ресурсов в обществе.

3. Взаимосвязь между субъектами региональной экономики в процессе воспроизводства реализуется через систему региональных рынков, в частности и на рынке информационных услуг.

4. В формировании в регионах благоприятной бизнес-среды важную роль играет функционирование региональных рынков информационных услуг, которые можно включить в систему факторов благоприятного инвестиционного климата в регионе.

В общественном сознании людей утвердилась мысль о том, что появление рынка информационных услуг связано с изобретением компьютера, что значительно сокращает пространство предоставляемых информационных услуг. Вследствие этого в отечественных статистических материалах понятие «информационные услуги» почти отсутствует, а частично они рассматриваются как услуги связи. В то же время информация об удельном весе информационных услуг, деятельности, связанной с предоставлением услуг ИКТ, а также услуг Интернета, IP – телефонии, не нашла специального отражения в разделах статистического ежегодника. С этой позиции одним из направлений совершенствования статистической отчетности должен быть учет продуктов или услуг новых отраслей, возникших на стыке существующих.

В этом аспекте российскими учеными Э.С. Спиридоновым и М.С. Клыковым справедливо указаны некоторые характерные черты рынка информационных услуг [8]:

- потребители имеют возможность выхода на мировые рынки деловой информации. Взаимоотношения между субъектами строятся на том, что информационные агентства отслеживают состояние внешней среды, а потребители по запросам получают информацию, которая им в данный момент необходима для планирования и оперативного управления;

- информационные агентства предоставляют потребителю доступ к информации в режиме непосредственного взаимодействия онлайн, в режиме оффлайн на магнитных носителях, в виде печатных изданий и консультаций;

- с помощью информационных сетей потребитель имеет возможность доступа к фрагментам мировых информационных ресурсов, которые образуют единое мировое информационное пространство;

- основной объем деловой информации предоставляется потребителю на коммерческой основе.

По мнению С.Д. Подпругина, информация как товар имеет специфические особенности, к которым относятся следующие [7]: 1) в момент создания информации и новых знаний они еще не имеют вещественной формы и общественной потребительной стоимости; 2) информация способна к самовоспроизводству, т.е. она не исчезает в процессе потребления и ее полезность не уничтожается; 3) информация есть результат творческого труда и не имеет формы, в которой она может отчуждаться; 4) при создании,

использовании и распространении информации отсутствует четкая зависимость между затратами и результатами; 5) неоднозначность старения информации: процесс старения информации зависит от ее характера, значимости, актуальности.

По мнению А.И. Микешина [6], информационный рынок имеет некоторые отличия от прочих рынков услуг: 1) для сферы информационных услуг характерна прямая зависимость технологии предоставления услуги от структуры и содержания информационной потребности клиентов; 2) цена на информационную услугу включается в цену информационного продукта, предоставляемого посредством данной услуги; 3) сфера информационных услуг и продуктов в большей степени требует решения вопросов правового обеспечения процессов их производства и потребления; 4) структура и содержание информационного ресурса, обеспечивающего успешность функционирования фирмы, подвержены быстрому изменению; 5) чем выше качество предоставляемой услуги, тем большую прагматическую значимость имеет информационный продукт.

Можно продолжить перечисление специфических черт информационного рынка, но одной из его отличительных особенностей является то, что информационная услуга после её потребления увеличивается, а не уничтожается. По этому поводу Бернард Шоу приводит очень хороший пример: «Если у вас есть яблоко и у меня есть яблоко, и если мы обмениваемся этими яблоками, то у вас и у меня останется по одному яблоку. А если у вас есть идея и у меня есть идея, и мы обмениваемся идеями, то у каждого из нас будет по две идеи». Исходя из того, что рынок информационных услуг предоставляет специфическую и многопрофильную продукцию, появляется объективная необходимость в её классификации. В мировой науке существуют несколько классификаций информационных услуг и продуктов согласно их различным признакам в работах таких ученых, как А.В. Хорошилов, В.П. Тихомиров, В.Л. Тамбовцев, И.С. Мелюхин, С.И. Майоров, А.А. Корюшкова, Н.А. Восколович, Д.И. Блюменау [1, 3, 4, 6, 8]. В частности, российский ученый В.Н. Бугорский предложил классификацию составляющих информационного рынка, согласно которой они делятся на продукты и услуги: к первым он отнес информационную технику, программное обеспечение и коммуникационное оборудование, а ко второму – техническое обслуживание, обучение, консультации, услуги по обработке данных [2].

Ученый-экономист Ю.Е. Сиднева предложила другую классификацию по следующим признакам: функциональному назначению, социальной значимости, динамике информации [9].

Однако на основе приведенных классификаций нельзя получить полную картину содержания рынка информационных услуг. С этой позиции ученые предпринимают дальнейшие попытки классификации рынка информационных услуг. В частности А.В. Фалеев предложил классификацию, согласно которой информационные услуги делятся по следующим признакам [10]:

- по сегменту (потребительская информация, сервисная информация, СМИ, реклама, консалтинговые услуги и т.д.);
- по адресному признаку (услуги, оказываемые государству, населению, фирмам, иностранным лицам);
- по содержательному признаку (деловые, массово-потребительские, научно-технические);
- по актуальности (прогнозные, фактологические, архивные);
- по пространственному (региональные, глобальные);
- по обслуживанию рынков (реальный сектор, виртуальный сектор);

- по правовому признаку (легальные, полулегальные, нелегальные).

Мы предполагаем, что в совокупности классификации, предлагаемые учеными-экономистами, могут раскрыть содержание рынка информационных услуг в современных условиях. Выделенный в классификации А.В. Фалеева пространственный признак действительно выполняет важную функцию в развитии регионов, поскольку посредством таких форм предоставления информации можно охарактеризовать информационную конъюнктуру в регионах и выявить прикладные аспекты обслуживания региональных рынков. Обобщив взгляды этих и других ученых, можно отметить, что в целом в их работах предлагается следующая схема классификации информационных услуг (см. рис. 1).

Разработанная нами и приведенная ниже классификация информационных услуг составлена на базе систематизации научных позиций различных ученых. Она не является окончательной, т.е. может совершенствоваться, однако вносит определенный вклад в развитие теории и практики регионального рынка информационных услуг.



Список использованной литературы:

1. Блюменау Д.И. *Информация и информационный сервис*. - Л.: Наука, 1989.- 192 с.
2. Бугорский В.Н., Соколов Р. *Сетевая экономика и проектирование информационных систем*. – СПб.: Питер, 2007.- 320 с.
3. Вальтух К.К. *Информационная теория стоимости и законы неравновесной экономики*. - М.: Янус-К, 2001. – 867 с.
4. Ермакова Ж.А., Коробейников И.Н. *Развитие рынка информационных услуг: теоретические аспекты* // ВЕСТНИК ОГУ. -2002. - № 4 (140). -Апрель. – С.133-135.
5. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями от 24 июня, 15 июля 1992 г. 25 мая 1995 г., 6 мая 1998 г., 2 января 2000 г., 30 декабря 2001 г., 21 марта).
6. Микешин А.И. *Теория экономических информационных систем*. - М.: Финансы и статистика, 1993. – 224 с.
7. Подпругин С.Д. *Шансы России в формировании информационной экономики// Совершенствование управления и перспективы развития социально- экономических систем: Сб. науч. тр. - Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003.- С. 196-200.*
8. Спиридонов Э.С., Клыков М.С. *Мировой рынок информационных услуг: учебник*. - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 2010. – 416 с.
9. Сиднева Ю.Е. *Информационные услуги в системе экономических отношений (теоретический аспект): дис. ... канд. экон. наук /08.00.01. -Уфа, 2001.- 187 с.*
10. Фалеев А.В. *Региональные аспекты формирования рынка информационных услуг на примере Новосибирской области // Сибирская финансовая школа. -2011. - С.88-99.*

Reference Literature:

1. Blumenau D. I. *Information and Information Service*, - M.: Science, 1989. – p. 192
2. Bugorsky V. N, Sokolov R. *Network Economics and Information System Design*. – SPb: Peter, 2007. – 320 pp.
3. Waltuh K. K. *Informational Theory of Value and the Laws of non-Equilibrium Economy*. – M.: “Janus-K”, 2001. – 867pp.
4. Yermakova Zh. A., Korobeynikov I. N. *Information Services Market Development: Theoretical Aspects*. // Bulletin of OGU -2002, N 4 (140) / April. – pp. 133-135
5. RSFSR Law from March 22, 1991, No 948-1 “On Competition and Restriction of Monopolistic Activity at Commodity Markets” (with alterations from June 24, July 15; 1992, May 25, 1995; May 6, 1998; January 2, 2000; December 30, 2001; March 21)
6. Mikeshin A. I. *The Theory of Economic Informational Systems*. – M.: Finances and Statistics, 1993. – 224 pp.
7. Podprughin S. D. *Chances of Russia in Formation of Informational Economics // Perfection of Management and Prospects of Development Concerned with Social-Economic Systems: Collection of Scientific Works*. – Irkutsk: BSUEL, 2003. – pp. 196 – 200.
8. Spiridinov E. S., Klykov M. S. *The Global Market for Information Services: / textbook*. – M.: Book House “LIBROCOM”. – 2010. – 416 pp.
9. Sidneva Yu Ye. *Information Services in the System of Economic Relations (Theoretical Aspect): candidate dissertation in economics: 08. 00. 01. – Ufa, 2001. – 187 pp.*
10. Faleev A. V. *Regional Aspects of the Formation of the Market of Information Services on the example of Novosibirsk oblast. Siberian Financial School. -2010. – pp. 88-89*