

УДК 338.46:004  
ББК 65.206-31  
Х 98

**Д.Р. Хунагова**

*Аспирант кафедры экономики и управления Адыгейского государственного университета, г. Майкоп. Тел.: (952)989-36-31, e-mail: asia6@yandex.ru.*

## **ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПОДХОДА К ИССЛЕДОВАНИЮ СТРУКТУРИЗАЦИИ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ** (Рецензирована)

**Аннотация.** В статье уточняются понятия информационных услуг, потребителей и поставщиков данных услуг; раскрывается содержание и структура рынка информационных услуг, выделяются основные компоненты и элементы структуры рынка информационных услуг; особое внимание уделено структуризации как способу эффективного управления современными рынками вообще и рынком информационных услуг — в частности; конкретизируется определение структуризации в общем и ее применение для структурирования элементов рынка информационных услуг — в частности; определены методы структуризации и описан данный процесс; выделены основные принципы и задачи структуризации рынка; представлены основные модели структуризации исследуемого рынка и предложен подход к исследованию данного аспекта проблемы развития рынка информационных услуг.

**Ключевые слова:** информационные услуги, потребители информационных услуг, поставщики информационных услуг, рынок информационных услуг, структура рынка информационных услуг, структуризация, принципы структуризации, задачи структуризации, модели структуризации.

**D.R. Khunagova**

*Post Graduate Student of Economics and Management Department, Adyghe State University, Maikop. Ph.: (952)989-36-31, e-mail: asia6@yandex.ru.*

## **A NEW WAY OF MARKET INFORMATION SERVICES STRUCTURING**

**Abstract.** The paper considers the concept of information services, users and suppliers of such services. It reveals the content and structure of the market information services and allocates basic components and elements of the structure of the market information services. The author pays her special attention to the way of structuring in general as a means of effective markets management as well as the information services market. The scientific article clarifies definition of structuring in the general and its application to structure elements of the information services market in particular. It defines methods of structuring and describes the process. The paper studies the basic principles and objectives of the structuring of the market. It represents the principal structuring models of the markets and suggests an approach to research this aspect of the problem of development of the information services market.

**Keywords:** information services, information services consumers, information services suppliers, information services market, information services market structure, structuring, structuring principles, structuring tasks, structuring models.

Кризисные условия развития дополнительно актуализировали поиск новых ресурсов обеспечения конкурентоспособности российской экономики. Существенную роль в решении данной задачи играют информационные услуги. Изменение экономических взаимоотношений, повышение требований к качеству оказания информационных услуг, широкий спектр потребителей и поставщиков данных ус-

луг обусловили значимость вопросов формирования информационного рынка в целом и предали первоочередное значение задаче структурной организации рынка информационных услуг для его эффективного функционирования.

Приведем одно из распространенных определений рынка информационных продуктов и услуг: совокупность экономических, правовых и организационных отношений в торговле (продаже и покупке) информационных продуктов и услуг между поставщиками (продавцами) и потребителями (покупателями) [1]. Существенное уточнение понятия «рынок информационных услуг» на основе теории отраслевых рынков предложили Ермакова Ж.А. и Корабейников И.Н.: рынок информационных услуг — это система эволюционирующих экономических, организационных, информационных, технологических и правовых отношений по поводу формирования и реализации информационных услуг, основанная на процессах обмена информацией и знаниями, связанная в своих трансформациях с уровнем постиндустриального развития экономики и обуславливающая модернизацию отношений на других рынках и ускорение научно-технического прогресса [2]. Положим приведенное уточненное определение в основу исследования структуризации рынка информационных услуг, поскольку оно достаточно полно раскрывает интересующие нас аспекты данного рынка.

Рынок информационных услуг основан на наличии комплекса факторов, связанных с производством, потреблением, хранением, обработкой, передачей информации. Структурно рынок включает в себя подсистемы производителей, потребителей и посредников, находящихся в постоянном взаимодействии и развитии.

Потребителями информационных продуктов и услуг могут быть различные юридические и физические лица, решающие различного рода экономические задачи. Основным источником для информационного обслуживания в современном обществе являются базы данных, которые обеспечивают взаимодействия поставщиков и потребителей информационных услуг, связи и отношения между ними, порядок и условия сделок.

Выделим следующие основные компоненты исследуемого нами рынка:

— технико-технологическая составляющая: современное информационное оборудование, мощные компьютеры, развитая компьютерная сеть и соответствующие им технологии переработки информации;

— нормативно-правовая составляющая, которая представлена федеральными и региональными законами, указами, постановлениями, обеспечивающими регулирование отношений на информационном рынке (Закон «Об информации, информатизации и защите информации» и т.д.);

— навигационная составляющая: справочно-навигационные средства и структуры, помогающие находить нужную информацию;

— организационная составляющая: элементы государственного регулирования взаимодействия производителей и распространителей информационных продуктов и услуг [3].

Выделим ряд секторов рынка информационных услуг, исходя из признака общественного назначения генерируемых ими услуг:

1. Деловая информация: 1) *статистическая* — ряды динамики, прогнозные модели оценки по экономической, социальной, демографической областям. Поставщиками являются государственные службы, компании, консалтинговые фирмы; 2) *коммерческая* — по компаниям, фирмам, корпорациям, направлениям работы и их продукции, ценам, о финансовом состоянии, связях, сделках, руководителях, деловых новостях в области экономики и бизнеса. Поставщиками являются специальные информационные службы; 3) *биржевая и финансовая* котировки ценных бумаг, валютные курсы, учетные ставки, рынок товаров и капиталов, инвестиции, цены. Поставщиками являются специальные службы биржевой и финансовой информации, брокерские компании, банки.

2. Информация для специалистов: 1) *научно-техническая* — библиографическая, реферативная, справочная информация в области естественных, технических, общественных наук, по отраслям производства и сферам человеческой деятельности; 2) *профессиональная* — специальные данные и информация для юристов, врачей, преподавателей, инженеров, гео-

логов и т.д.; 3) *доступ к первоисточникам* — организация доступа к источникам информации через библиотеки и специальные службы, возможности приобретения «первоисточников», их получения по межбиблиотечному абонементу в различных формах.

3. Услуги образования: дошкольное; школьное; специальное; средне профессиональное; высшее; повышение квалификации и переподготовка. Информационная продукция может быть представлена в виде учебников, компьютерных обучающих систем, методик обучения и т.д.

4. Потребительская информация: 1) *новости и литература* — информация служб новостей, электронные журналы, справочники, энциклопедии; 2) *потребительская* — расписание транспорта, резервирование билетов и мест в гостиницах, заказ товаров и услуг; 3) *развлекательная* — игры, телетекст, видео.

5. Обеспечивающие информационные системы и средства: 1) *программные продукты* — программные комплексы с разной ориентацией: системное программное обеспечение, прикладное программное обеспечение и др.; 2) *консультирование* — по различным аспектам информационной индустрии — какую приобретать информационную технику, какое программное обеспечение необходимо для реализации профессиональной деятельности, на базе какой информационной технологии лучше организовать свою деятельность и т.д.; 3) *разработка и сопровождение информационных систем и технологий* — обследование организаций в целях выявления информационных потоков, разработка концептуальных информационных моделей, разработка структуры программного комплекса, создание и сопровождение баз данных; 4) *подготовка источников информации* — создание баз данных по заданной теме, области, явлению. В каждом секторе может быть организован любой вид доступа [1].

Среди основных видов информационных услуг для предприятий можно выделить следующие: услуги доступа к информации; услуги поиска информации; услуги обучения; консалтинговые услуги; услуги производства информации [4].

Рынок информационных услуг начал свое устойчивое формирование с середины

1950-х гг. и за шесть десятилетий создал новые сектора, ориентирующиеся на отраслевую структуру общественного производства. В России данный рынок начал складываться с конца 1980-х гг. В условиях постиндустриальных преобразований информационные услуги находятся в фокусе развития экономики, соответственно, на передний план выдвигается задача рациональной структурной организации данного рынка.

В решении данной задачи мы исходим из следующего определения: «Структуризация — этап системного анализа, смысл которого состоит в том, что вся совокупность объектов и процессов, имеющих отношение к поставленной цели, прежде всего, разделяется на собственно изучаемую систему и внешнюю среду, затем выделяются отдельные составные части — как подсистемы и элементы изучаемой системы, а возможные внешние воздействия представляются в виде совокупности элементарных воздействий» [5].

Суть структуризации состоит в том, что рынок информационных услуг делится на поддающиеся управлению элементы. Должным образом подготовленная и составленная структура должна удовлетворять требованиям потребителей и поставщиков. Формирование структуры начинается с разделения рынка на составляющие, вплоть до достижения самых малых позиций, подлежащих контролю.

Структура разбивки рынка (рисунок 1) должна учитывать связи элементов рынка, этапы его жизненного цикла, его естественную организационную структуру.

Основными задачами структуризации рынка информационных услуг являются:

- разбивка рынка на поддающиеся управлению компоненты;
- осуществление правового регулирования на рынке;
- обеспечение оперативного представления запрашиваемой потребителями информации;
- обеспечение эффективной связи между поставщиками и потребителями услуг.

Процесс структуризации рынка информационных услуг может быть представлен в виде последовательности действий, осуществляемых поэтапно. Эта последовательность имеет следующий вид:



**Рисунок 1. Структура разбивки рынка информационных услуг**

1. Определение целей исследуемого рынка. Должны быть четко определены характер, цели и содержание рынка, а также все конечные продукты рынка информационных услуг с их точными характеристиками. В данной ситуации очень полезно использовать иерархию целей, показывающую полную цепь конечных результатов и средств их достижения.

2. Нахождение необходимого уровня детализации рынка. Нужно обдумать различные уровни детализации компонентов рынка и количество уровней элементов в структуре разбивки рынка.

3. Разработка структурных схем рынка информационных услуг. Процесс разработки структурных схем рынка может быть представлен в виде набора действий, выполняемых параллельно. Последовательность таких действий имеет следующий вид:

- изучение структуры процесса (этапов жизненного цикла). Должна быть подготовлена схема жизненного цикла;

- изучение организационной структуры рынка (предлагаемые услуги, участники, распределение ответственности). Организационная схема рынка должна охватывать всех участников рынка информационных услуг, включая и органы регулирования рынка;

- анализ характера предлагаемой услуги (как рынка в целом, так и его подсистем и компонентов).

4. Построение единой структуры рынка, которая объединяет в себе элементы рынка, организационную структуру и анализ предлагаемых услуг.

5. Подготовка генерализованных (общих) планов управления рынком, которые могут быть представлены в виде набора действий, выполняемых параллельно.

6. Составление детальных планов функционирования рынка. Процесс подготовки детальных планов функционирования рынка может быть представлен в виде набора действий, выполняемых параллельно [6].

Методы структуризации рынка информационных услуг правомерно свести к двум основным типам:

- метод «сверху — вниз», когда сначала определяются общие задачи, на основе которых далее осуществляется детализация уровней рынка;

- метод «снизу — вверх», когда определяются частные задачи, а затем происходит их обобщение.

Для структуризации рынка информационных услуг современные исследователи используют ряд специальных моделей:

1. Дерево целей и результатов — первая по времени разработки структурная модель декомпозиции цели на составные части. Дерево целей можно построить в соответствии со структурой рынка. В вершине дерева ставится общая (генеральная) цель, на последующих ярусах ветвей располагаются в иерархической соподчиненности декомпозированные цели соответствующего уровня, вплоть до целей самого нижнего уровня, соответствующих элементарным действиям на рынке.

2. Дерево задач — разработка структурной модели проекта по декомпозиции элементов рынка информационных услуг на составные части. Состав элементов определяется из целей и конечного результата. Системный подход в определении элементов аналогичен подходу в определении целей, используя технологии иерархических декомпозиций в виде дерева. В вершине «дерева» располагается сверх-

элемент, в основании — элементарные элементы (работы, мероприятия) нижнего уровня. Такие методики — разбиение рынка информационных услуг на более мелкие составляющие — позволяют представить его в виде вполне управляемых компонентов [6].

Подведем итоги данной статьи. В условиях развития экономики современной России быстрыми темпами идет процесс формирования информационного обще-

ства и связанный с ним процесс формирования экономики нового типа. Важнейшим элементом новой экономики становится рынок информационных услуг, функционирование которого является одним из условий конкурентоспособности экономики страны. Создание эффективной структурной организации рынка информационных услуг создает условия для модернизации на других рынках и ускорения научно-технического прогресса.

#### Примечания:

1. Байрамукова А.С. Рынок информационных продуктов и услуг: особенности формирования и структура // Экономический вестник РГУ. 2008 Т. 6. №2.
2. Ермакова Ж.А., Корабейников И.Н. Развитие рынка информационных услуг: теоретические аспекты // Вестник ОГУ. 2012. №4. С. 131-136.
3. Васильев К.А. Влияние развития рынка информационных продуктов и услуг на конкурентоспособность субъектов хозяйствования // Управленец. 2010. №5-6(9-10). С. 44-47.
4. Попов Е.В., Кац И.С. Рынок информационных услуг: особенности анализа и функционирования // Вестник УГТУ-УПИ. 2005. №1. С. 5-11.
5. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. 5-е изд. перераб. и доп. М.: Дело, 2003. 520 с.
6. Боярская Т.О. Практическое управление проектами в научно-производственном объединении // Российское предпринимательство. 2007. №10. Вып. 2(100). С. 111-115.

#### References:

1. Bayramukova A.S. Market of information products and services: features of formation and structure // Economic bulletin RGU. 2008. Vol. 6 №2.
2. Ermakova Zh.A., Korabeynikov I.N. Development of the market of information services: theoretical aspects // Bulletin OGU. 2012. №4. Pp. 131-136.
3. Vasilyev K.A. Influence of development of the market of information products and services on competitiveness of subjects of managing // Manager. 2010. №5-6(9-10). Pp. 44-47.
4. Popov E.V., Katz I.S. Market of information services: features of the analysis and functioning // Bulletin UGTU-UPI. 2005. №1. Pp. 5-11.
5. Lopatnikov L.I. Economic-mathematical dictionary: Dictionary of modern economic science. 5th ed. revised. and add. M.: Delo, 2003. 520 pp.
6. Boyarskaya T.O. Practical management of projects in scientific and production association // Russian business. 2007. №10. Pp. 111-115.