

## РАЗВИТИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

**В статье уточнены теоретические аспекты развития рынка информационных услуг на основе критического анализа теорий отраслевых рынков, экономики отрасли и развития рынков. Представлены этапы и направления исследований посвященных проблемам отраслевых рынков. Определены участники рынка информационных услуг. Предложено авторское уточнение понятия «рынок информационных услуг».**

**Ключевые слова:** рынок информационных услуг, экономика отрасли, знание, фирменная структура, поставщики, потребители, пользователи

Теория экономики рынка информационных услуг представляет собой одну из наиболее активно развивающихся отраслей экономической науки. Специфика и особенности развития рынка информационных услуг, а также процесс становления теорий, изучающих данный процесс поставили перед учеными ряд проблем, которые до сих пор не нашли должного осмысления и решения. Поэтому необходимо изучить теоретические аспекты развития рынка информационных услуг.

**Теория отраслевых рынков.** Ю.В. Тарануха выделил генезис теории отраслевых рынков, в основе которой лежит практика работы рынков основанная на многообразии их функционирования. При этом выделяются три основных предпосылки: активная роль фирмы; разнообразие поведения фирм; динамический подход к анализу рынков. Предметом теории отраслевых рынков является изучение структурных отраслевых факторов, которые регулируют характер и интенсивность конкуренции на отраслевых рынках на основе [24]:

- выявления источников и причин сохранения рыночной власти, а также вызываемых этим последствий (Чикагская школа);
- анализа факторов, которые регулируют (направляют и нарушают) деятельность отрасли на удовлетворение потребительского спроса (Гарвардская школа);
- анализа факторов и сил, обуславливающих изменения в организационной структуре отраслевого рынка (Теория эндогенной структуры рынка);
- исследования зависимостей между структурой рынка и выбором фирмами стратегий поведения (Стратегический менеджмент).

В зависимости от цели экономического анализа выделяют следующие типы рынков:

по объектам торговых сделок, по уровню стандартизации товара (услуги), по типу покупателя, по наличию и величине барьеров входа, по степени регулируемости рыночного процесса со стороны самих рыночных участников, по масштабу операций участников. К особому виду классификации рынков относят типы рыночных структур, которые хорошо описаны в [19].

Хотя теория отраслевых рынков и получила развитие от микроэкономической теории, однако Л.В. Рой и В.П. Третьяк на основе анализа трудов зарубежных ученых [1], приходят к выводу о том, что не следует рассматривать ее в качестве раздела «микроэкономики» и отождествлять с дисциплиной «Экономика предприятия» [20]. На примере рынка информационных услуг с этим сложно не согласиться, так как особенности его развития простираются за пределы, изучаемые в рамках целей и задач микроэкономики и экономики предприятия. Но данный вопрос до сих пор является дискуссионным (например, Ю.В. Тарануха [23], А.Г. Грязнова и А.Ю. Юданова [14] однозначно относят отраслевые рынки к объектам анализа микроэкономики). Данная некоторая неопределенность связана с особенностью становления и развития теории отраслевых рынков (см. табл. 1) [12].

Из всего многообразия изысканий в рамках теории отраслевых рынков особняком стоят и представляют интерес для нас исследования Й. Шумпетера, который определил, что движущей силой конкуренции являются инновации. Иницируя инновации, предприниматель играет ключевую роль в проведении в жизнь изменений и в техническом прогрессе [26]. Развитие идей Й. Шумпетера послужило основой для формирования современной школы ис-

следователей, изучающих проблемы в области инноваций и конкуренции.

В развитие данной теории В.М. Джуха, А.В. Курицын, И.С. Штапова говорят о том, что структура рынка оказывает влияние на НИ-ОКР, проводимые фирмой. С одной стороны, высокая рыночная концентрация является стимулом для исследований и разработок фирм, имеющих рыночную власть, так как у них больше возможностей для исследований. С другой стороны, развитая конкурентная среда способна обеспечить большие стимулы для научных исследований и разработок [8].

Однако в работах проанализированных авторов ничего не говорится о наличии обратной связи, когда деятельность фирмы на рынке создает информационную базу для проведения научных исследований с одной стороны. С другой стороны, в выше представленных исследованиях нет должного анализа ситуации, когда исследования

проводятся организациями, которые являются независимыми от коммерческих. Они, в свою очередь, формируют рынок научных и научно-технических разработок, являющийся основой рынка информационных услуг. Рынок информационных услуг с точки зрения разделения труда, специализации и концентрации производства может быть изучен в рамках экономики отрасли.

**Экономика отрасли.** В.Я. Поздняковым и С.В. Казаковым дается следующее определение отрасли – выделяемая и обобщаемая структура предприятий, корпораций, организаций по признаку единства экономического назначения производимой продукции, работ, услуг [17]. По видовому признаку российские отрасли делятся на следующие группы: первичные отрасли – добывающая промышленность и сельское хозяйство; вторичные отрасли – отрасли обрабатывающей промышленности; отрасли инфраструктуры – жилищное строительство, транс-

Таблица 1. Основные этапы и направления исследований по вопросам теории отраслевых рынков в зарубежной научной мысли

Этапы	Исследователи	Направления исследований
V век до н.э. – VI век н.э.	Хаммурапи, Аристотель, Хено, Юстиниан	Ограничение монополистической деятельности в древнем мире. Противодействия установления контроля над рынками. Изучение ценовых соглашений.
XVII век – конец XIX века	А. Смит, А. Курно, Дж. Бертран	Обоснование роли свободной конкуренции в развитии экономики стран. Обоснование рыночных равновесий. Исследование олигополистических рынков.
начало XXвека	А. Маршал, П. Сраффа, Дж. Кларк, Ч. Баллок	Изучение рынков совершенной конкуренции. Формулирование общих подходов к исследованию монополий. Обоснование антитрестового законодательства.
1930-1950 гг.	Э. Чемберлин, Дж. Робинсон, Р. Кроуз, Й. Шумпетер	Анализ различных рыночных структур, включая принятие по ним предприятиями рыночных решений. Формулировка теории несовершенной конкуренции. Выделение в рамках экономической науки дисциплины «Экономика (организация) отраслевых рынков». Разработка SCP-парадигмы. Разработка концепции транзакционных издержек. Исследования влияния инновационных процессов на изменения в экономике.
1950-1970 гг.	Э. Мэйсон, Дж. Бейн	Формирование Гарвардской научной школы. Обоснование базовой парадигмы экономики отраслевых рынков. Анализ рыночного равновесия в долгосрочной перспективе. Развитие структуралистической позиции.
1960-1980 гг.	У. Баумоль, А. Директор, Дж. Стиглер, Г. Демзек	Развитие Чикагской школы. Критика SCP-парадигмы. Обоснование оправданности государственных интервенций.
1980-1990 гг.	О. Уильямсон, П.Р. Мильгорм, Дж.Д. Робертс, Р. Зелтен, Харсани	Развитие концепции транзакционных издержек. Выделение организационной теории менеджмента. Формирование динамического подхода к SCP-парадигме. Работы в области равновесия в динамических играх при неполной (асимметричной) информации.
1990 гг. н.в.	Ф.М. Шерер, Д. Росс, Ф.М. Шерер, Б. Андреоссо, Д. Якобсон, М. Портер	Развитие SCP-парадигмы на основе внесения системы прямых обратных связей. Развитие эволюционной экономической теории. Развитие кластерной теории. Развитие неинституциональной теории.

порт, торговля, здравоохранение, обслуживание производства и населения; отрасли управления и наука, научное обслуживание [17].

Однако в данных классификациях наука представляется как сфера обслуживания материального производства, что в настоящее время развития экономических отношений, по нашему мнению, не может считаться верной позицией.

Рыночное пространство складывается из взаимосвязанных, но обладающих определенной самостоятельностью специализированных рынков [17]. Специализированный рынок – это место встречи продавца и покупателя товаров и/или услуг определенной отрасли (вида деятельности) или их совокупности [9]. Каждый рынок в силу отраслевой принадлежности товара имеет определенную специфику и свой механизм установления цен, свои барьеры входа и выхода фирм (отраслей) и свои предельные размеры по количеству товаров (услуг).

С позиции управления, или менеджмента, А.В. Костров делает вывод о том, что обработка информации по существу является неким специализированным производством, которое выпускает продукцию – информационные услуги, потребляемые в результате осуществления основной деятельности. Эта продукция явно существует, может быть количественно и качественно оценена, а также может быть определена ее, продукции, стоимость.

Необходимо особо подчеркнуть, что наука становится базовой отраслью рынка информационных услуг, которая и определяет специфику его развития. Наука – отрасль человеческой деятельности, объединяющая научные кадры и специфические средства производства, базирующиеся на информации, олицетворяющей накопленный опыт, знания. Продуктом научного труда являются востребованные знания, результаты, предназначенные для реализации. Стоимость продукта научного труда определяется рынком в зависимости от степени готовности использования и (или) эффективности этого продукта [17].

В эпоху глобализации мировой экономики информационные технологии, информация и знания начинают играть такую существенную, основополагающую роль, что появляется тенденция выделять их как пятый фактор производства наряду с известными трудом, капиталом, природными ресурсами и предпринимательством [11]. Производственная функция во многих научных

исследованиях начинает включать в себя этот фактор производства, что отражается в моделях экономического роста и тех выводах, к которым они приводят. Американские экономисты М. Боскин и Л. Лау на основе таких исследований приходят к выводу, что технический прогресс в развитых странах дает в среднем 40% экономического роста (а остальные 60% приходятся на труд и капитал), при этом под техническим прогрессом понимают, в первую очередь, внедрение новых информационных технологий [13].

Рядом ученых выделяется индустрия информатики, как отдельная (инфраструктурная) отрасль народного хозяйства, обслуживающая другие отрасли материального производства и непроизводственной сферы, обеспечивая их необходимыми информационными ресурсами, создающая условия для их эффективного функционирования и развития (своеобразная «нервная система» общественного производства). К основным элементам производственной структуры данной отрасли относят [4]: предприятия, производящие вычислительную технику и ее элементы; вычислительные центры различного типа и назначения (индивидуальные, кустовые, коллективного пользования и т. д.); локальные и подключенные к распределенным вычислительным сетям пункты обработки информации, оснащенные компьютерами (в том числе и АРМ специалистов); абонентские пункты систем телеобработки данных и вычислительных сетей; системы связи и передачи данных в составе вычислительных сетей; предприятия, осуществляющие производство программных средств и проектирование АСУ и информационных систем (в частности баз данных); организации, накапливающие распространяющие и обслуживающие фонды алгоритмов и программ; станции технического обслуживания вычислительной техники.

В последнее время получили активную научную поддержку различные теории развития, как необходимый элемент научного обоснования процессов, которые происходят в мировой экономике. Они непосредственно описывают элементы эволюционного процесса трансформации рынков, что обуславливает необходимость изучения данных теорий.

**Теории развития рынков.** В настоящее время выделяют следующие теории развития рынков [2, 12]: теория модернизации (В.В. Росту, Д. Эптер, О.А. Романова, Ж.А. Ермакова),

теория зависимости (А.Г. Фрэнк, Ф.Н. Кардозо, Е. Фалетто, П. Эванс), теория микросистемы (И. Валлернстайн, П. Эванс, Е.Т. Гайдар [6]), теория рыночных реформ (Дж. Сакс), институциональная теория (Р. Бендикс, Р. Дор, А.И. Татаркин, Е.В. Попов).

Существующие подходы к исследованию развития рынков разнонаправлены. Скорее, речь идет о широкой исследовательской программе, в рамках которой развиваются сразу несколько направлений.

Однако, как справедливо отмечает Радаев В.В. [2], что такие подходы к интерпретации рынка чересчур абстрактны и не слишком реалистичны по отношению к значительной части известных рынков. Проблема в том, то, что зачастую вся эта совокупность подходов представляются в качестве универсального теоретического направления к изучению рынков, по сути, оказывается глубоко специфичным, исходящим из далеко не универсальных предпосылок, которые как раз и вызывают сомнения или, по крайней мере, не исключают других подходов к построению теоретических моделей.

В.Н. Гришин и Е.Е. Панфилова отмечают – при формировании спроса на рынке информационных услуг необходимо знать, что на протяжении последних десятилетий специфика решаемых управленческих задач, задач в области ИТ и инструментов, используемых для их решения, претерпели существенное изменение [7].

На решение этих задач существенное влияние будут оказывать общие тенденции развития следующих рынков ИТ [22]: производства программного обеспечения (software), если его рассматривать в совокупности с рынком информационных услуг, – составляет около 55% всего мирового сектора ИТ; производства компьютерной техники (hardware) – имеет тенденцию к небольшому снижению, которая вызвана тем, что возрастает роль и доля программного обеспечения; коммуникационного оборудования и программ – становится самым динамичным и быстро развивающимся рынком ИТ, особенно в приложениях к электронной коммерции (Business-to-Business – B2B).

Рынок информационных услуг имеет определенный вектор развития. В условиях развития постиндустриального общества рынок информационных услуг будет развиваться в двух направлениях: развитие доступности, качества

и принципов предоставления существующих услуг (как было показано в предыдущем параграфе) за счет внедрения информационно-коммуникационных технологий, а также технологий экономики знаний; внедрение и развитие новых сфер рынка информационных услуг.

Можно сказать, что рынок информационных услуг постепенно становится рынком рынков. Притом, что интенсивность развития рынка информационных услуг будет определяться уровнем трансформаций в экономике в условиях становления постиндустриального общества.

Коллективом ученых кафедры экономической теории Всероссийского заочного финансово-экономического института справедливо показано, что развитие рынка – объективный процесс, зависящий от существующих производственных отношений [3]. Поэтому развитие рынка информационных услуг зависит от отношений по поводу производства знаний, направленное на развитие экономики. Возникает необходимость в уточнении понятия «рынка информационных услуг», которое бы адекватно характеризовало его роль и место в системе экономических трансформаций.

На сайте Сибирского государственного университета путей сообщения дано следующее определение «рынка информационных услуг» – система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе [21].

Некоторыми специалистами «информационный рынок» определяется как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными технологиями, информационными продуктами и услугами [10]. Рядом ученых МГУ, МИИТ, Дальневосточного ГУ предложено следующее определение «рынка информационных услуг» – совокупность экономических, правовых и информационных отношений по торговле (продаже и покупке услуг) между поставщиками (продавцами) и потребителями (покупателями), который характеризуется определенной номенклатурой услуг, условиями и механизмами их предоставления и ценами [15]. Однако во всех этих определениях не достаточно определены существенные характеристики рынка информационных услуг, отличающие его от других рынков, а также необходимость учета эволюционных закономерностей развития этой трансформирующейся системы.

Рынок информационных услуг характеризуется определенной номенклатурой продуктов и услуг, условиями и механизмами их предоставления, ценами. В отличие от торговли обычными товарами, имеющими материально-вещественную форму, здесь в качестве предмета продажи или обмена выступают информационные системы, информационные технологии, лицензии, патенты, товарные знаки, ноу-хау, инженерно-технические услуги, различного рода информация и прочие виды информационных ресурсов.

Основным источником информации для информационного обслуживания в современном обществе являются базы данных. Они интегрируют в себе поставщиков и потребителей информационных услуг, связи и отношения между ними, порядок и условия продажи и покупки информационных услуг.

Поставщиками информационных продуктов и услуг могут быть: центры, где создаются и хранятся базы данных, а также производится постоянное накопление и редактирование в них информации; центры, распределяющие информацию на основе разных баз данных; службы телекоммуникации и передачи данных; специальные службы, куда стекается информация по конкретной сфере деятельности для ее анализа, обобщения, прогнозирования, например консалтинговые фирмы, банки, биржи; коммерческие фирмы; информационные брокеры.

Фирменная структура рынка информации и информационных услуг – сеть организаций, накапливающих, перерабатывающих и реализующих информацию. Ее формируют [25]: создатели баз данных; фирмы-владельцы информационных систем; фирмы-владельцы средств коммуникации; консультационно-исследовательские фирмы и внутрифирменные информационные службы; конечные пользователи информации.

Потребителями информационных продуктов и услуг могут быть различные юридические и физические лица, решающие задачи.

Классификация пользователей может проводиться по различным основаниям. К примеру, пользователи могут быть разделены на следующие группы [15]: специалисты промышленных предприятий и предприятий торговли; специалисты консалтинговых и маркетинговых информационных агентств; работники научно-исследовательских учреждений и учебных заведений; работники государственных учрежде-

ний; работники общественных организаций; индивидуальные пользователи и другие.

В настоящее время выделяют пять секторов рынка информационных услуг [18]: сектор услуг образования; сектор информации для специалистов; сектор потребительской информации; сектор деловой информации; сектор обеспечивающих информационных систем и средств. В каждом секторе может быть организован любой вид доступа: непосредственный к хранилищу информации на бумажных носителях; дистанционный к удаленным или находящимся в данном помещении компьютерным базам данных.

Информационный рынок, несмотря на разные концепции и мнения относительно его инфраструктуры, существует и развивается, а значит, можно говорить о бизнесе информационных продуктов, услуг, под которым понимается не только торговля и посредничество, но и производство.

В работе под ред. В.П. Тихомирова и А.В. Хорошилова приведены функции информационного бизнеса [6]: управление финансами и ведение учета; управление кадрами; материально-техническое снабжение; организация производства; маркетинговые исследования; лизинговые операции; консультационное обслуживание; страхование имущества и информации; организация службы информационной безопасности; сервисное обслуживание.

Э.С. Спиридонов, М.С. Клыкков, М.Д. Рукин, Н.П. Григорьев, Т.И. Балабаева и А.В. Смуров выделяют следующие характерные черты мирового рынка информационных услуг [16]:

- взаимоотношения потребителя с мировым рынком деловой информации строятся на том, что информационные агентства отслеживают состояние внешней среды, а потребители по запросам получают ту 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 мировых информационных сетей потребитель имеет возможность доступа к фрагментам мировых информационных ресурсов, которые образуют единое мировое информационное пространство;

- основной объем деловой информации представляется потребителю на коммерческой основе.

На основании критического анализа теоретического материала в рамках исследованных теорий и современных тенденций развития нами было предложено уточнение понятия «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.

06.02.2012

**Список литературы:**

1. Stigler G.J. Organization of Industry / G.J. Stigler. – Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, 1968.
2. Анализ рынков в современной экономической социологии: пер.с англ. / Гос. ун-т – Высшая школа экономики; Отв. ред. В.В. Радаев. М.: Изд. дом. ГУ ВШЭ. – 2008. 423 с.
3. Антипина В.И., Белоусова И.Э., Бубликова Р.В. Экономическая теория: учеб. под ред. И.П. Николаевой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект. – 2009. 576 с.
4. Бройдо В.Л. Вычислительные системы, сети и телекоммуникации: Учебник для вузов. 2-е изд. СПб.: Питер. – 2006. 703 с.
5. Введение в информационный бизнес: Учебное пособие / Под ред. В.П.Тихомирова, А.В.Хорошилова. М.: Финансы и статистика. – 1996.
6. Гайдар Е.Т. Долгое время. Россия в мире: очерки экономической истории. – 3-е изд. М.: Дело. – 2005. 656 с.
7. Гришин В.Н., Панфилова Е.Е. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебник. М.: ИД «ФОРУМ». ИНФРА-М. – 2007. 416 с.
8. Джуха В.М., Курицын А.В., Штапова И.С. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс. – 2010. 253 с.
9. Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. N 948-I «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, 9 октября 2002 г., 7 марта 2005 г., 2 февраля, 26 июля 2006 г.) [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://prozakon.su/a7>
10. Информационный рынок [Электронный ресурс] / Разработчик – Web-and-Press. – Режим доступа: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi?RIt\(uwsg.outt!!w:tqo](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RIt(uwsg.outt!!w:tqo)
11. Корабейников И.Н. Некоторые особенности рынка информационных услуг // Вестник ОГУ. – 2009. – №2. – С. 78-79.
12. Корабейников И.Н., Корабейникова О.А. Развитие регионального рынка информационных услуг: теоретические основы. Под ред. академика РАН А.И. Татаркина. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН. – 2011. 216 с.
13. Корабейников И.Н., Корабейникова О.А. Теоретические аспекты эффективности развития регионального рынка информационных услуг // Экономика региона. – 2008. – №4. – С. 158-166.
14. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics): учебник. – 2-е изд., испр. под ред. А.Г. Грязновой и А.Ю. Юданова. М.: КНОРУС. – 2005. 672 с.
15. Мировой рынок информационных услуг [Электронный ресурс] / Разработчик – Красноярский государственный аграрный университет. – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/istiki/umk/mir/ch01.html>
16. Мировой рынок информационных услуг: учебник под ред. Э.С. Спиридонова, М.С. Клыкова. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 2010. 416 с.
17. Поздняков В.Я., Казаков С.В. Экономика отрасли: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М. – 2008. 309 с.
18. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. М.: Политическая литература. – 1990. 125 с.
19. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие. М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт. – 2010. 960 с.
20. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: учебник. М.: ИНФРА-М. – 2008. 442 с.
21. Рынок информационных продуктов и услуг [Электронный ресурс] / Разработчик – Сибирский государственный университет путей сообщения. – Режим доступа: [http://www.ssti.ru/kpi/informatika/Content/biblio/b1/inform\\_man/gl\\_1\\_2.htm#123](http://www.ssti.ru/kpi/informatika/Content/biblio/b1/inform_man/gl_1_2.htm#123)
22. Стрелец И.А. Сетевая экономика: учебник. М.: Эксмо. – 2006. 208 с.
23. Тарануха Ю.В. Микроэкономика (в структурно-логических схемах): учебно-методическое пособие под общ. ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ имени М.В. Ломоносова. М.: Издательство «Дело и сервис». – 2002. 304 с.
24. Тарануха Ю.В. Теория отраслевых рынков (в структурно-логических схемах): учебно-методическое пособие под общ. ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ имени М.В. Ломоносова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Дело и сервис». – 2009. 320 с.
25. Фирменная структура рынка информации и информационных услуг [Электронный ресурс] / Разработчик – Web-and-Press. – Режим доступа: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi?RIt\(uwsg.outt!!w:tqo](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RIt(uwsg.outt!!w:tqo)
26. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Прогресс. – 1982. 401 с.

**Работа выполнена в рамках Гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук. Проект №МК-2939.2011.6**

Сведения об авторах:

**Корабейников Игорь Николаевич**, заведующий отделом региональной конкурентоспособности и инвестиционного развития НИИ региональной экономики

Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук

**Ермакова Жанна Анатольевна**, директор НИИ региональной экономики Оренбургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор  
460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13 ауд. 6402, тел. (3532) 372448,  
e-mail: niire@mail.ru; 56ermakova@mail.ru; kin\_rambler@rambler.ru

## UDC 33:002

Ermakova Zh.A., Korabeynikov I.N.

## DEVELOPMENT OF MARKET INFORMATION SERVICES: THEORETICAL ASPECTS

In the article are adjusted the theoretical aspects of development of market information services through a critical analysis of theories of industrial organization, economics, industry and market development. Stages and directions of research devoted to problems of industrial organization. Determined by market participants of information services. The author «clarification of the concept of «market information services».

Key words: market information services, the economy of the industry, knowledge, corporate structure, suppliers, customers, users.

## Bibliography:

1. Stigler G.J. Organization of Industry / G.J. Stigler. – Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, 1968.
2. Analysis of the markets in the contemporary economic sociology: per.s English. / State. Univ – Higher School of Economics, Ed. V.V. Radaev. Moscow: Izd. home. HSE. – 2008. 423 p.
3. Antipina V.I., Belousova I.E., Bublikova R.V. Economic Theory: A Textbook. edited. IP Nikolaeva. 2nd ed., Revised. and add. Moscow: Prospect. – 2009. 576 p.
4. Broido V.L. Computer systems, networks and telecommunications: A Textbook for high schools. 2nd ed. St. Petersburg: Peter. – 2006. 703 p.
5. Introduction to Business Information: Textbook / Ed. V.P.Tihomirova, A.V.Horoshilova. Moscow: Finances and statistics. – 1996.
6. Gaidar E.T. For a long time. Russia in the World: Essays on economic history. – 3rd ed. Moscow: Delo. – 2005. 656 p.
7. Grishin V.N., Panfilov E.E. Information technology in professional activities: a textbook. Moscow: Publishing House «FORUM»: INFRA-M. – 2007. 416 p.
8. Juha V.M., Kuritsyn A.V., Shtapova I.S. Industrial Economics: a tutorial. Rostov N / D: Phoenix. – 2010. 253 p.
9. The Law of the RSFSR of March 22, 1991 N 948-I «On Competition and Restriction of Monopolistic Activity in Commodity Markets» (with amendments of 24 June, 15 July 1992, May 25, 1995, May 6, 1998, January 2 2000, December 30, 2001, March 21, October 9, 2002, March 7, 2005, February 2, July 26, 2006) [electronic resource] / URL: <http://prozakon.su/a7>
10. The information market [electronic resource] / Developer – Web-and-Press. – URL: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi?Rlt\(uwsg.outt:!!W:tqo](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?Rlt(uwsg.outt:!!W:tqo)
11. Korabeynikov I.N. Some features of the market of information services // Vestnik OSU. – 2009. – №2. – P. 78-79.
12. Korabeynikov I.N., Korabeynikova O.A. The development of regional market information services: theoretical bases. Ed. Academician A.I. Tatarkin. Ekaterinburg: Institute of Economics, UB RAS. – 2011. 216 p.
13. Korabeynikov I.N., Korabeynikova O.A. Theoretical aspects of the effectiveness of Regional Market Information Services // The economy of region. – 2008. – №4. – P. 158-166.
14. Microeconomics: A Practical Approach (Managerial Economics): a tutorial. – 2nd ed., Rev. edited. A.G. Gryaznova and A.U. Yudanova. M. KnoRus. – 2005. 672 p.
15. The global market for information services [electronic resource] / Developer – Krasnoyarsk State Agrarian University. – URL: <http://www.kgau.ru/istiki/umk/mir/ch01.html>
16. The global market for information services: a textbook, ed. E.S. Spiridonov, M.S. Klykova. Moscow: Publishing house «LIBROKOM». – 2010. 416 p.
17. Pozdnyakov V.J., Kazakov S.V. Economy sectors: educational. allowance. Moscow: INFRA-M. – 2008. 309 p.
18. Rakitov A.I. The philosophy of the computer revolution. M.: The political literature. – 1990. 125 p.
19. Rozanova N.M. Industrial Economics: Textbook. allowance. Moscow: Publishing Yurait; Yurait ID. – 2010. 960 p.
20. Roy L.V., Tretyak V.P. The analysis of industrial organization: a textbook. Moscow: INFRA-M. – 2008. 442 p.
21. The market information products and services [electronic resource] / Developer – Siberian State Transport University. – URL: [http://www.ssti.ru/kpi/informatika/Content/biblio/b1/inform\\_man/gl\\_1\\_2.htm#123](http://www.ssti.ru/kpi/informatika/Content/biblio/b1/inform_man/gl_1_2.htm#123)
22. Strelec I.A. Network economics: a tutorial. Moscow: Eksmo. – 2006. 208 p.
23. Taranukha Y.V. Microeconomics (in the structural and logical circuits): a teaching aid for gen. Ed. PhD, Professor. A. Sidorovich, Moscow State University. Moscow: Publishing house «Delo I Service» – 2002. 304 p.
24. Taranukha Y.V. The theory of industrial organization (in the structural and logical circuits): a teaching aid for gen. Ed. PhD, Professor. A.V. Sidorovich, Moscow State University. 2nd ed., Revised. and add. Moscow: Publishing house «Delo I Service» – 2009. 320 p.