

## ИНФОРМАЦИОННАЯ УСЛУГА: ПОНЯТИЕ, ОСОБЕННОСТИ, КАЧЕСТВА

Современный этап общественного развития, основанный на переходе к информационной экономике, предопределил появление новых сфер производства, обмена, потребления и накопления благ. Одной из таких сфер является рынок информационных услуг. Отношения, возникающие на данном рынке, являются достаточно новым явлением еще не нашедшим объективное и полное отражение в работах ученых. Пока недостаточно сформулировано понимание информационной услуги. В современных интерпретациях информационная услуга представляется как: форма экономической реализации информации, манипуляции с информационными продуктами, действия для удовлетворения информационных потребностей, специфический товар в виде последовательности процессов и др. При этом не достаточно проработаны вопросы экономического содержания информационной услуги.

В статье выделены недостатки в существующих определениях понятия «информационная услуга», которые позволили предложить авторское уточнение термина посредством дополнения экономического содержания к описанию данного явления, как согласованного процесса создания потребительной стоимости посредством деятельностного удовлетворения информационных потребностей. На основе реализуемого авторского подхода уточнено понятие «информационный продукт», как совокупности методов и способов в исторически обусловленных формах. Определены роль и место информационного продукта при производстве, реализации и потреблении информационной услуги.

На основе проведенного исследования при уточнении понятия «информационный продукт» показано, что исторически обусловленная форма информационного продукта предполагает материальное, программное, техническое, инфраструктурное и иное проявление, в том числе в товарной форме. Информационные продукты используются при реализации информационной услуги, но не составляют ее содержание. Сама информационная услуга в процессе производства, реализации и потребления нацелена на удовлетворение информационных потребностей экономических субъектов, таких как: в информации, в доступе к информации, в передаче информации, в самовыражении и др. Она обладает рядом качеств: формализованность, машиноориентированность, зависимость от информационных продуктов и др.

**Ключевые слова:** информационная услуга, информационный продукт, информация, особенности, понятие, термин, качества, классификация, свойства.

В настоящее время рынок информационных услуг является наиболее динамичным и интенсивно развивающимся. Информационные услуги сегодня играют все более значимую роль в экономике. Они позволяют повысить уровень социально-экономического развития, активизировать инвестиционные, инновационные, ресурсные и иные резервы и обеспечить совершенствование управления экономическими системами [10]. Интенсивный процесс формирования глобальной научной и производственной среды, а также информационно-телекоммуникационной инфраструктуры открывает принципиально новые возможности для общественного развития и приводит к формированию экономики нового типа.

Исследованием различных аспектов развития рынка информационных услуг занимались такие российские и зарубежные ученые как: Е.Л. Богданова, Х. Вэриан, В.Н. Гришин, Г.Р. Громов, Ф. (М.) Захеди, А.Н. Лазарев, И.И. Родионов, В.П. Тихомиров и др. Тем не менее, до сих пор остается достаточное количество

дискуссионных вопросов [12]. Одним из них является определение понятия и содержания информационной услуги.

Различные ученые дают различные интерпретации понятия «информационная услуга» (см. табл. 1). Нами данные трактовки были критически изучены с выделением особенностей интерпретации. По мнению одних, это услуга, ориентированная на удовлетворение информационных потребностей пользователей путем предоставления информационных продуктов. В.Г. Гавриленко, Н.И. Ядевич [3] определяют информационную услугу как предоставление в распоряжение пользователей необходимых им информационных продуктов в документальной или электронной форме, а также распространение по информационным сетям принадлежащей пользователям информации или информационных продуктов.

Л.Б. Ситдикова [22] на основе анализа правовых средств и многообразия современных подходов ученых к исследованию данных дефиниций соотносит понятия «информационная

Таблица 1. Особенности интерпретации понятия «информационная услуга»

№	Источник	Интерпретация понятия «информационная услуга»	Особенности интерпретации
1	А.Н. Агафонов [2]	«экономическая форма» информации, форма ее экономической реализации, обмена, присвоения, использования и потребления	форма экономической реализации информации
2	В.Г. Гавриленко, Н.И. Ядевич [3]	это информационная деятельность по доведению до пользователя информационной продукции, проводимая в определенной форме; это действия субъектов (собственников и владельцев) по обеспечению пользователей информационными продуктами	деятельность в определенной форме совокупность действий субъектов
3	С.Д. Подпругин [17]	это получение и предоставление в распоряжение пользователей различных информационных продуктов; это все действия, предназначенные для непосредственного удовлетворения информационных потребностей	манипуляции с информационными продуктами действия для удовлетворения информационных потребностей
4	А.Н. Лазарев [16]	результат непроектной деятельности, направленный на получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов	результат непроектной деятельности
5	А.А. Гнутова [5]	специфический товар, представляющий собой последовательность процессов взаимодействия поставщика и потребителя услуги по поводу удовлетворения фундаментальной потребности в информационных продуктах, существующих и имеющих потребительную стоимость, рост которой, при прочих равных условиях, обеспечивается уровнем совпадения информационных моделей производителей и пользователей	специфический товар в виде последовательности процессов (процессный подход)
6	В.А. Радчук [18]	это совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей личности в знаниях, опыте предыдущих поколений в различных отраслях и сферах деятельности и повышение эффективности принимаемых управленческих решений в народном хозяйстве и его отдельных составных элементах посредством определения информации, ее передачи, трансформации, хранения и конечного использования	совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей личности в знаниях
7	В.А. Романов [19]	обеспечение бизнес-деятельности потребителя средствами информационных технологий, которые обслуживаются и поддерживаются поставщиком ИТ-услуг	процесс обеспечения бизнес-деятельности потребителя
8	И.Г. Савицкая [20]	результаты деятельности профессиональных коллективов специалистов и экспертов в виде различного рода информационных комплексов, которые потребляются как в процессе получения основной информационной услуги, так и в профессиональной деятельности	результат профессиональной деятельности
9	Е.В. Трофимова [23]	это результат высокосложного, интеллектуального по своему содержанию труда совокупного работника индустриального типа; это получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов	результат интеллектуального труда процесс получения информационных продуктов

услуга» и «консультационная услуга» и говорит об их тождественности. Фэйтмех (Мариам) Захеди [6] на основе процессного подхода под информационной услугой предлагает понимать совокупность трех категорий: разработка, техническая поддержка и доставка информации. Он отмечает, что в настоящее время намечается тенденция перехода к интеграции аппаратных средств, программного обеспечения и консалтинга, которая перемещает промышленность от продажи изделий к продаже коммерческих решений. Если распространится такой подход, то границы между аппаратными средствами, программным обеспечением и консалтинговыми фирмами будут стерты.

Однако нами были выделены некоторые неточности в определении понятия «информационная услуга»:

- узкая направленность некоторых интерпретаций, ориентированных на отражение лишь частных проявлений информационной услуги;
- отождествление информационной услуги и информационного продукта;
- отождествление информационной услуги и информации, которая предоставляется в результате ее осуществления [13];
- зачастую недостаток экономического содержания в интерпретации информационной услуги;
- ориентировка на попытку отражения сути информационной услуги без использования теоретических разработок в области определения понятия «услуга»;
- недостаточное использование системного подхода для формулирования наиболее полного набора проявлений информационных услуг и др.

Прежде чем перейти к уточнению понятия «информационная услуга», следует отметить, что, по мнению значительной части исследователей, информационная услуга тесно связана с информационным продуктом. К примеру, по мнению Н.Н. Сёмкиной [21], информационная услуга – это получение и предоставление в распоряжение пользователей различных информационных продуктов. Появление информационных услуг расширило спрос на информационные продукты, так как способствовало индивидуализации предложения информации – его приближению к индивидуальным пред-

почтениям отдельных пользователей, а также сближению информационных моделей производителей и пользователей информационных продуктов [11]. Однако результатом информационной деятельности выступают не товары и услуги, а потребительные стоимости и полезный эффект труда.

При этом производится слияние понятий «информационная услуга» и «информационный продукт». С помощью информационных продуктов и услуг потребитель имеет возможность удовлетворять потребность в новых сведениях и знаниях, а также различные эстетические потребности. Информационные товары и услуги предоставляют определенную информацию и средства, которые позволяют воссоздавать необходимые знания [7].

Термин «информационный продукт», по мнению О.В. Капустиной [8], не имеет однозначного определения, а само понятие вбирает в себя достаточно большой спектр товаров: книги, журналы, базы данных, музыка, видео, программное обеспечение. При этом Х. Вэриан [1] определяет информационный продукт как любой продукт, который может быть преобразован в цифровой формат. О.В. Капустина [8] считает, что важно отличать информационный продукт и информационную технологию, последняя представляет собой некое средство хранения, передачи и обработки информации. Информационная технология без наполнения ее соответствующим содержанием не представляет особой ценности и является сервисом, вспомогательным инструментом для создания и воспроизводства информационной продукции.

С.Д. Подпругин [17] следующим образом описывает информационный продукт – это информация, которая зафиксирована на материальных носителях, обеспечивающих передачу информации во времени и пространстве между различными потребителями для решения определенных задач. Информационные продукты используются в качестве предмета, средства труда и всеобщего продукта труда практически во всех отраслях экономики. По мнению автора, сущность информационной услуги состоит в том, что она выражает отношения между хозяйствующими субъектами по поводу и в связи с хранением, обработкой и передачей информации. Информационные продукты

и информационные услуги, как считает исследователь, можно представить как товар, так как они обладают потребительской стоимостью. В некоторых случаях информационные продукты и услуги можно характеризовать как экономическое благо (общественное благо), так как они созданы людьми, обладают полезностью и способны удовлетворять информационные потребности.

Н.Н. Сёмкина [21] под информационным продуктом предлагает понимать товар особого рода, который имеет не только цену и конкретную полезность для отдельных потребителей, но и обладает всеобщей полезностью. Это особый продукт, имеющий потребительную стоимость благодаря овеществленной в нём информации. Как экономическая категория информационный продукт выражает отношения между юридическими и физическими лицами, субъектами экономики в связи и по поводу производства (создания), распределения, обмена и потребления определенной информации, собранной и зафиксированной на различных носителях в целях наиболее полного удовлетворения личных, коллективных и государственных потребностей в этой информации.

Р. Фричек [24] под информационными продуктами предлагает понимать документированную информацию, подготовленную в соответствии с потребностями пользователей и предназначенную или применяемую для удовлетворения потребностей пользователя. Под документированной информацией понимается информация, зафиксированная на материальном носителе с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать.

К информационным продуктам, по мнению Е.В. Кокшиной [9], относят программные продукты, базы и банки данных, справочники, периодические издания, новостные ленты и другую информацию.

Под информационным продуктом Е.В. Крайникова [15] определяет как результат интеллектуальной, творческой деятельности человека, который представляет собой определенный набор знаков и символов и может быть передан другому лицу посредством материальных носителей, средств связи и телекоммуникаций. Информационный продукт имеет специфические признаки и свойства, отличные от подобных

характеристик традиционного товара материального производства. Признаки информационного продукта зависят от специфических ресурсов, необходимых для его создания, – информации и знаний, рождающих новые знания и информацию.

В результате анализа различных интерпретаций понятий «информационный продукт» и «информационная услуга» мы пришли к пониманию необходимости их разделения и к потребности в уточнении самого понятия «информационный продукт». В существующих трактовках понятия «информационный продукт» нами были выявлены некоторые недостатки в определении данного явления:

- выделение информационного продукта как результата некоторой узконаправленной деятельности (зачастую по видам деятельности), а не как объективного явления на рынке информационных услуг, имеющего собственную природу;

- отождествление понятий «информационная услуга» и «информационный продукт» в трактовке некоторых авторов;

- включение некоторых современных проявлений информационных продуктов в понятийную интерпретацию, что усложняет понимание ретроспектив и перспектив развития информационных продуктов [14];

- определение информационного продукта как некое представление информации, что приводит к неточностям в разделении понятий «информационный продукт» и «информация» (так как одной из характеристик самой информации является способ представления);

- выделение только частных проявлений информационных продуктов без обобщения проявлений данного явления и др.

Поэтому под информационным продуктом мы предлагаем понимать используемую в информационно-экономическом процессе совокупность методов и способов в исторически обусловленных формах при производстве, реализации и потреблении информационной услуги. При этом исторически обусловленная форма информационного продукта предполагает материальное (книги, журналы, каталоги и др.), программное (программы, интерфейсы, информационные оболочки и др.), техническое (компьютеры, планшеты, ноутбуки и др.), ин-

фраструктурное (сеть Интернет, локальные проводные сети, беспроводные сети и др.) и иное проявление информационного продукта, в том числе в товарной форме. Как будет показано далее в исследовании, в различные исторические периоды общественного развития преобладали различные информационные продукты.

Можно предложить классификацию современных укрупненных групп целевых характеристик использования информационных продуктов на рынке информационных услуг. В соответствии с данным классификационным признаком выделим группы информационных продуктов:

- представления информации (книги, отчеты, журналы, статистические таблицы и др.);
- структурирования и хранения информации (банки данных и знаний, программные классификаторы и др.);
- модификации информации (пакеты прикладных программ обработки статистических данных, такие как Statistica, Mathcad, Дикси+, вычислители, калькуляторы и др.);
- обеспечения информационного обмена: доступа, предоставления, передачи и др. (образовательные системы, информационные оболочки для работы в сети Интернет, СУБД, программные продукты для работы в информационных системах и др.);
- транзакций (электронные системы банковских транзакций, системы торговых транзакций, системы электронных транзакций, клиринговые системы, биржевые системы и др.).

Отметим, что для осуществления информационной услуги иногда необходимо использование нескольких информационных продуктов. При этом некоторые информационные продукты совмещают характеристики нескольких классификационных групп, к примеру доступа и представления информации; структурирования, модификации и представления информации и др. Учтем это в наших дальнейших исследованиях.

Подготовка и оказание информационных услуг, по мнению Е.В. Трофимовой [23], включают: связь для предоставления осуществляемых в форме передачи данных информационных услуг; обработка данных в вычислительных центрах; программное обеспечение; разработка информационных систем; разработка информационных технологий.

При этом, как отмечает В.А. Романов [19], поставщик информационных услуг – это внешняя организация или собственное подразделение, предоставляющая ИТ-услуги заказчику. По его мнению, производство и реализацию информационной услуги может осуществлять экономический субъект. Информационные услуги являются составной частью рынка информационных технологий и анализируются наравне с другими сегментами: аппаратным обеспечением, программным обеспечением [19] и т. д.

А.Н. Лазарев [16] определил, что наряду с традиционными видами информационных услуг (выпуск информационных изданий, предоставление первоисточника, дистанционный доступ к удаленным базам данных, ретроспективный поиск информации, услуги по предоставлению НТИ и др.) в условиях развивающегося мирового рынка информационных услуг появились новые их виды в связи с использованием информационной технологии.

Потребителями информационных услуг могут быть государство, муниципальные органы власти, предприятия, организации, частные лица, т. е. экономические субъекты. Выделив особенности в существующем терминологическом аппарате, а также различные проявления информационной услуги, мы пришли к необходимости уточнения понятия «информационная услуга».

Информационная услуга – согласованный процесс создания потребительной стоимости, сформированной в результате целевого использования информационных продуктов, ориентированный на удовлетворение информационных потребностей экономических субъектов.

К информационным потребностям можно отнести: потребность в информации, потребность в доступе к информации, потребность в передаче информации, потребность в самовыражении, потребность в личностном и общественном росте образовательного уровня, потребность во взаимодействии (общении) и др. Информационные услуги на современном уровне технологического развития способны удовлетворить наиболее широкий круг информационных потребностей человека и общества.

Информационные услуги как явление общественного развития обладают совокупностью специфических свойств и качеств. Информа-

онная услуга, по мнению Е.В. Кокшиной [9], является продуктом духовной культуры и обладает рядом специфических свойств: облегчает доступ потребителя к информации, расширяет возможности ее выбора, обладает полезностью, неотделима от исполнителя, уникальна и носит интеллектуальный характер, ей не свойственны накопление и хранение.

Н.И. Гаврильчак и Л.А. Айдаров [4] выделяют еще две ключевые специфические особенности информационной услуги как товара: она неделима и не всегда приносит прибыль предпринимателю.

В.А. Радчук [18] выделил специфические особенности информационных услуг, отличающих их от традиционных: целевое назначение, сегментарность выбора, различная скорость утраты актуальности, возможность многократного использования, высокая стоимость воспроизводства, сложность определения полезности, высокая динамичность.

Нами были дополнены качества, которые отличают информационные услуги от других услуг:

- формализованность – производство, реализация и потребление информационной услуги предполагает выполнение некоторых формализованных операций использования соответствующего технического, программного обеспечения и инфраструктуры;

- алгоритмичность – производство и реализация информационной услуги представляет собой последовательность осуществления алгоритмов исполнения данного процесса;

- машиноориентированность – перевод процесса производства, реализации и потребления информационной услуги в виртуальную сферу с использованием различных информационных систем;

- зависимость от информационных продуктов – возможность и качество предоставления информационных услуг тесно связаны с используемыми информационными продуктами;

- пролонгированность во времени – воспользоваться информационной услугой можно в регламентированное для этого продолжительное время;

- сохранность результатов производства, реализации и потребления информационной услуги – результаты сохраняются в виде сохра-

нения использованных алгоритмов, ресурсов, запросов, инфраструктурных элементов, полученных результатов для оптимизации последующих процессов производства и реализации информационных услуг;

- глобальность потребления информационных услуг – обуславливается глобальностью используемой информационно-коммуникационной инфраструктуры;

- расширяемость и усложнение рынка информационных услуг – наблюдается увеличение видов экономической деятельности, вовлеченных в функционирование на рынке информационных услуг, а также объемов и структуры производимых и реализуемых услуг;

- многоуровневость производства, реализации и потребления информационных услуг – зачастую процесс производства, реализации и потребления информационной услуги представляет собой последовательность актов предоставления совокупности информационных услуг производителю информационной услуги и потребителю;

- комплексность производства, реализации и потребления информационных услуг – потребляя конкретную информационную услугу, потребитель получает несколько сопутствующих информационных услуг, к примеру, осуществляя поиск конкретной информации в сети Интернет, потребитель получает следующие информационные услуги: доступа в сеть Интернет, структурирования информации в электронных ресурсах, обращения к электронным ресурсам, поддержки информационного запроса, хранения результатов поиска, представления информации на необходимом носителе и т. п. Подобные процессы происходят и при производстве и реализации информационных услуг.

Таким образом, анализ различных интерпретаций понятия «информационная услуга» позволил выявить значительную дифференциацию в проявлении процессов производства, реализации и потребления данного вида услуги. При этом уточнение понятия привело к выделению экономического содержания данного явления, ориентированного на удовлетворение информационных потребностей экономических субъектов. Также в статье нами были показаны роль и место информационного продукта при производстве, реализации и потреблении

информационной услуги. Информационный продукт выступает как совокупность методов и способов в исторически обусловленных формах используемых в информационно-экономическом процессе. Авторская классификация информационных продуктов позволила оценить вероятные группы информационных

продуктов, которые возможно использовать при предоставлении информационных услуг. Описанные и дополненные качества, которые отличают информационные от других услуг, позволяют более полно охарактеризовать особенности их производства, реализации и потребления.

06.08.2015

**Список литературы:**

1. Varian H. Revealed preference with a subset of goods // Journal of Economic Theory. – 1988. – №46(1). – P. 179-185.
2. Агафонов А.Н. Формирование системы управления информационными услугами: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Самара, 2007. 144 с.
3. Гавриленко В.Г., Ядевич Н.И. Конституционное право: термины, понятия, определения. – Минск: Книжный дом, 1998. – 346 с.
4. Гаврильчак Н.И., Айдаров Л.А. Организационно-экономический механизм формирования информационных услуг в современных условиях // Российское предпринимательство. – 2012. – №4 (202). – с. 143-149.
5. Гнутова А.А. Функционирование и развитие регионального рынка информационных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Тольятти, 2010. 160 с.
6. Захеда Ф. (М.) Индустрия информации и знаний // Информационные технологии в бизнесе. Энциклопедия / Под ред. М. Желены. – СПб.: Питер, 2002. – 1120 с.
7. Информационный рынок [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://5ka.ru/101/50955/1.html> (Дата обращения 25.08.2015)
8. Капустина О.В. Моделирование ценообразования на рынке информационной продукции: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13 Москва, 2011. 172 с.
9. Кокшина Е.В. Тенденции и развитие современного рынка информационных услуг в Санкт-Петербурге // Креативная экономика. – 2007. – №9(9). – с. 85-93.
10. Корабейников И.Н. Некоторые особенности рынка информационных услуг // Вестник ОГУ. – 2009. – №2. – с. 78-79.
11. Корабейников И.Н., Ермакова Ж.А. Развитие рынка информационных услуг: теоретические аспекты // Вестник ОГУ. – 2012. – №4 (140). – с. 131-137.
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. Корабейников И.Н. Сущностные характеристики и понятие информационной услуги // Проблемы современной экономики. – 2012. – №2 (42). – С. 379-383.
15. Красильникова Е.В. Взаимодействие спроса и предложения на рынке информационных продуктов // Креативная экономика. – 2011. – №5 (53). – с. 119-125.
16. Лазарев А.Н. Мировой рынок информационных услуг в условиях глобализации: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.14 Москва, 2011. 403 с.
17. Подпругин С.Д. Рынок информационных продуктов и услуг: сущность, эволюция и специфика: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 Иркутск, 2004. 188 с.
18. Радчук В.А. Формирование и развитие рынка информационных услуг в регионе: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Кисловодск, 2012. 165 с.
19. Романов В.А. Формирование рынка ИТ-услуг в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Москва, 2007. 25 с.
20. Савицкая И.Г. Формирование рынка информационных услуг для реализации антимонопольной политики: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 СПб, 2011. 23 с.
21. Сёмкина Н.Н. Государственное регулирование рынка информационных продуктов и услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 Орел, 2005. 183 с.
22. Ситдикова Л.Б. К вопросу о соотношении понятий «информационная услуга» и «консультационная услуга» // Юрист. – 2009. – №8. – с. 57-62.
23. Трофимова Е.В. Управление процессами формирования информационных услуг в системах электронной коммерции: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 СПб, 2003. 204 с.
24. Фричек Р. Состояние и перспективы развития предпринимательской деятельности на рынке информационных продуктов и услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 Москва, 2005. 159 с.

Сведения об авторах:

**Корабейников Игорь Николаевич**, заведующий отделом региональной конкурентоспособности и инвестиционного развития НИИ региональной экономики Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук  
460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, ауд. 6402, e-mail: niire@mail.ru, тел. (3532) 372448.