

Герцен Валентина Алексеевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

г. Оренбург, Оренбургская область

ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ

***Аннотация:** данная статья посвящена информационным услугам. Отношения, возникающие на рынке информационных услуг, 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.*

***Ключевые слова:** информационная услуга, информация, особенности, понятие, термин, качества, направления.*

Всеобщая информатизация общества стала не только новой эрой в развитии человечества, но и мощнейшим фактором экономического воздействия на все стороны социума, в том числе и на его экономическую составляющую.

Необходимость перехода к информационной экономике сегодня не оспаривается представителями ни одной из экономических школ. Более того, все они единодушны во мнении, что упомянутый процесс будет иметь неперенные позитивные последствия как в целом для экономики, так и каждого конкретного хозяйствующего субъекта.

В настоящее время рынок информационных услуг многообразен и динамичен. Изучением развития рынка информационных услуг занимались многие российские и зарубежные ученые. Тем не менее, до сих пор нет точного определения понятия «информационная услуга».

В соответствии с законодательством РФ, информационные услуги – это действия субъектов (собственников и владельцев) по обеспечению пользователей

информационными продуктами. Таким образом, информационная услуга ориентирована на удовлетворение информационных потребностей пользователей путем предоставления информационных продуктов для выработки и принятия решений и/или удовлетворения культурных, научных, производственных, бытовых и других потребностей человека.

Фэйтмех (Мариам) Захеда [1] 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.

И.Г. Савицкая [2] считает, что информационная услуга, это – 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.

Термин «информационная услуга» по мнению И.Н. Корабейникова [3], это – согласованный процесс создания потребительной стоимости, сформированной в результате целевого использования информационных продуктов, ориентированный на удовлетворение информационных потребностей экономических субъектов.

В.А. Радчук [4] считает, что информационные услуги в экономической деятельности можно использовать в различных направлениях:

- 1) коммерциализация информационных услуг в товарах, знаниях, технологиях (создание наукоемкой продукции, интеллектуальных товаров, информационных продуктов, разработка новых производственных и управленческих ресурсов и т. д.);

2) воздействие на субъективные восприятия и ожидания экономических субъектов;

3) информационные услуги отражают интеллектуальные усилия и могут быть направлены на повышения эффективности производства, роста объема выпуска продукции, разработку направлений рационального использования различных видов ресурсов и т. д.

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

В.А. Радчук [4] 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.

И.Н. Корабейников [3] дополнил качества, которые отличают информационные услуги от других услуг: формализованность; алгоритмичность; машиноориентированность; зависимость от информационных продуктов; пролонгированность во времени; сохранность результатов производства, реализации и потребления информационной услуги; глобальность потребления информационных услуг, расширяемость и усложнение рынка информационных услуг; многоуровневость производства, реализации и потребления информационных услуг; комплексность производства, реализации и потребления информационных услуг.

В результате анализа различных интерпретаций понятий «информационная услуга» мы пришли к пониманию, что нет точного определения понятия, и этот вопрос остается до сих пор актуальным. Описанные и дополненные качества, которые отличают информационные от других услуг, позволяют более полно охарактеризовать особенности их производства, реализации и потребления [4].

Список литературы

1. Захеда Ф. Индустрия информации и знаний // Информационные технологии в бизнесе: Энциклопедия / Под ред. М. Желены. – СПб.: Питер, 2002. – 1120 с.
2. Коробейников И.Н. Информационная услуга: понятие, особенности, качества // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – №8 (183). – С. 66–72.
3. Савицкая И.Г. Формирование рынка информационных услуг для реализации антимонопольной политики: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2011. – 23 с.
4. Радчук В.А. Формирование и развитие рынка информационных услуг в регионе: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Кисловодск, 2012. – 165 с.