

Климович Татьяна Михайловна

магистрант

Серебрякова Татьяна Александровна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»

г. Хабаровск, Хабаровский край

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

***Аннотация:** в статье рассматриваются основные проблемы современного информационного бизнеса в России, чем вызвано его становление и развитие и то как, он влияет на современную экономику страны.*

***Ключевые слова:** информационный бизнес, информационный рынок, экономика.*

Информация в истории развития цивилизации всегда играла определяющую роль и служила основой для принятия решений на всех уровнях и этапах развития общества и государства. На современном этапе информация занимает все большее место, заставляя по-новому оценить ее значение во всех сферах жизнедеятельности. Информационные технологии широко внедряются в образование, здравоохранение, связь, транспорт, финансы, торговлю и т. д., порождая новые возможности для формирования информационного общества в России [1].

Информационный бизнес (инфобизнес) – это вид бизнеса, предполагающий продажу собственных знаний по какой-либо теме, упакованных в какой-либо формат. Результатом информационной деятельности является информационный продукт, который предстает на рынке в виде информационных товаров и услуг.

Информационный рынок представляет собой совокупность отношений, направленных на формирование и использование информационных ресурсов на основе создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, распространения и предоставления потребителю документированной информации, создание и использование информационных технологий и средств их обеспечения и

защиту информации, прав субъектов, участвующих в информационных процессах и информатизации [2].

Серьезный толчок развитию информационно-аналитическому рынку дала проведенная в России ваучерная приватизация и связанные с ней социальные, политические, экономические и криминальные явления. Многократно увеличилась потребность в проверке партнеров и в аналитике факторов риска в отдельных регионах страны и отраслях экономики. С развитием потребностей и информационного рынка возрастали потоки информации, количество информационных источников, что привело к развитию телекоммуникационных сетей, математических средств быстрой обработки больших массивов информации, систем управления базами данных, системы аналитических обзоров и дайджестов по определенным проблематикам и многих других элементов информационных технологий.

Сегодня во всех странах независимо от уровня экономического и социального развития происходит структурная перестройка, связанная с ростом информационного сектора экономики и соответственно влекущая за собой значительные социальные, политические и культурные изменения в обществе.

Важнейшей проблемой российского информационного рынка является правовая нерегламентированность передачи государственных информационных ресурсов в открытый доступ. Более 30 министерств и ведомств имеют при себе коммерческие структуры, бесплатно пользующиеся централизованно собранными ресурсами и по достаточно высокой цене распространяющие соответствующие продукты. Московская регистрационная палата, не имея технической возможности самостоятельно поддерживать регистр предприятий, также передала эти функции коммерческой структуре, которая бесплатно обслуживает только бюджетные организации.

Сегодня на информационном рынке России представлена информация на различных носителях. Печатные справочные издания массового назначения имеют тираж 50–100 тыс. экземпляров, специализированные справочники (включая дорогостоящие адресные регистры) успешно расходятся в количестве

3–5 тысяч. Несмотря на широкое развитие автоматизации потребители не отказываются от дешевых и удобных печатных изданий с коммерческими предложениями. Например, фирма «Мобиле» получает в 10 раз больше прибыли от печатного бюллетеня с налаженной еще 6 лет назад технологией выпуска, чем от всех других своих электронных изданий [3].

Поддерживаемый таким образом монополизм, препятствующий развитию свободной конкуренции в информационной сфере, приводит к тому, что потребители либо оплачивают дорогостоящие услуги элитных структур, либо покупают многотиражные продукты на «черном» рынке, которые часто оказываются недостоверными.

Еще одной проблемой развития информационного бизнеса стало отсутствие или невозможность полноценной поддержки систем сбора данных. Это касается практически всех сфер жизни общества. Например, Федеральный гидрометцентр, имея самую современную компьютерную технику и используя совершенные методики обработки данных, не может выдать достоверные прогнозы погоды из-за того, что в значительной степени сокращена служба сбора метеоданных.

Большую роль в бизнесе играет низкая информационная культура потребителя, неумение даже сформулировать информационную проблему. Хотя необходимо заметить стремительную положительную динамику в последнее время. С другой стороны, информационная культура потребителя есть функция разнообразности услуг и целостности системы услуг, т. е. этот процесс, в свою очередь, зависит и от развития рынка. Пожалуй, одним из главных факторов, также влияющим на развитие бизнеса является регламентирующая его нормативно-правовая база [4].

Положительная динамика сделок в сфере информации позволяет констатировать факт интенсивного развития информационного рынка. В данной ситуации правовое регулирование рыночных отношений, в том числе сделок по поводу информационных продуктов, отстает от его потребностей [5].

Таким образом, развитие информационного бизнеса в России тесно связано с экономической политикой правительства. Существующий информационный рынок в России в целом адекватен тому состоянию, в котором находятся сейчас рыночные отношения в стране. Кардинальные его изменения возможны лишь при совершенствовании управленческих процессов на уровне государства и предприятий. Информационный рынок динамичен и противоречив в своем функционировании, что предопределяет необходимость его планирования, прогнозирования, мониторинга и постоянного контроля.

Список литературы

1. Медиановости. Проблемы формирования информационного общества в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lenizdat.ru/articles/1035379/> (дата обращения: 29.05.2017).
2. Информационный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.referat-web.ru/content/referat/economy/economy211.php> (дата обращения: 29.05.2017).
3. Информационный бизнес в России: проблемы становления и тенденции развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea98/doc1/doc104.html> (дата обращения: 29.05.2017).
4. Проблемы развития информационного бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.it2b.ru/blog/arhiv/624.html> (дата обращения: 29.05.2017).
5. Информационный бизнес и его сущность: реферат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.coolreferat.com> (дата обращения: 29.05.2017).
6. Рыженкова И.К. Рынок информации: особенности и проблемы развития // Вестник Московского университета. Серия 6 «Экономика». – №1. – 1995. – С. 50.
7. Мобильные приложения для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mgutunn.ru/work/499234/Mobilnye-prilozheniya-dlya-biznesa> (дата обращения: 12.02.2018).