

Шитухина Натия Семеновна

аспирант

ФГБОУ ВО «Майкопский государственный

технологический университет»

г. Майкоп, Республика Адыгея

ТРАНСФОРМАЦИЯ СУЩНОСТНОГО СОДЕРЖАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация: в современных условиях информация приобретает форму одного из важнейших товаров, а услуги, связанные с ее поиском и обработкой, становятся ключевым видом интеллектуальных услуг. В связи с этим в статье осуществляется анализ ключевых характеристик, присущих информационным услугам, а также рассматриваются факторы и условия, определяющие их востребованность потребителем.

Ключевые слова: информация, интеллектуальные услуги, информационные услуги, индивидуализация, соучастие потребителя, высокие технологии.

Превращение информации в один из ключевых товаров на современных рынках неизбежно обуславливает появление и развитие широкого спектра разнообразных услуг, связанных с поиском, хранением и обработкой информации в целях производства и предоставления конечному потребителю. Данные услуги, получившие обобщенное наименование «информационные», в Федеральном законе РФ «Об информации, информатизации и защите информации» определяются в качестве услуг, ориентированных на удовлетворение информационных потребностей пользователей путем предоставления информационных продуктов [1].

При этом значительную роль в облегчении доступа к информационным услугам, закономерно увеличивающим степень их востребованности потенциальными потребителями, является развитие современных телекоммуникационных технологий.

Как следствие, информационные и очень тесно связанные с ними телекоммуникационные услуги становятся все более востребованным объектом купли-продажи на мировых рынках. Свидетельством этой тенденции является тот факт, что в течение 12 последних лет объем сделок, осуществленных в данной сфере, возрос в 3,5 раза – со 148 до 519 млрд долларов. Пережив два периода относительного спада – в 2009 и 2015 годах, в настоящее время мировой рынок информационных и телекоммуникационных услуг уверенно развивается, о чем, в частности, свидетельствует увеличение объемов экспорта данных услуг в 2017 году на 6%, по сравнению с предыдущим годом (рисунок 1).

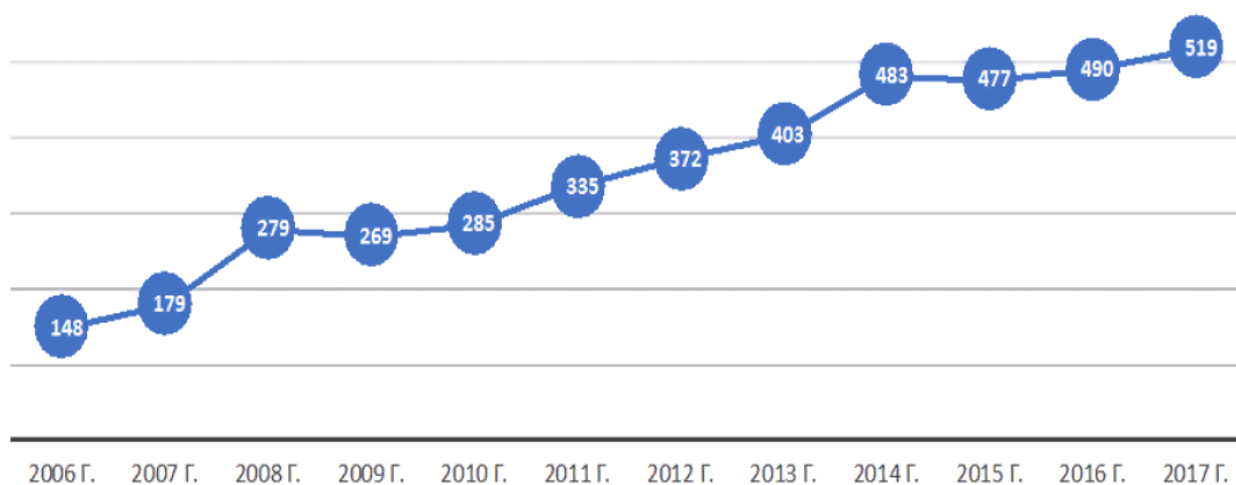


Рис. 1. Объем мирового экспорта информационных и телекоммуникационных услуг (млрд долл.) [3]

Одним из факторов, определяющих подобную динамику, является значительное увеличение форм и видов информационных услуг, оказываемых потребителям их продуцентами. При этом можно выделить следующие ключевые подходы к классификации различных видов информационных услуг (рисунок 2).

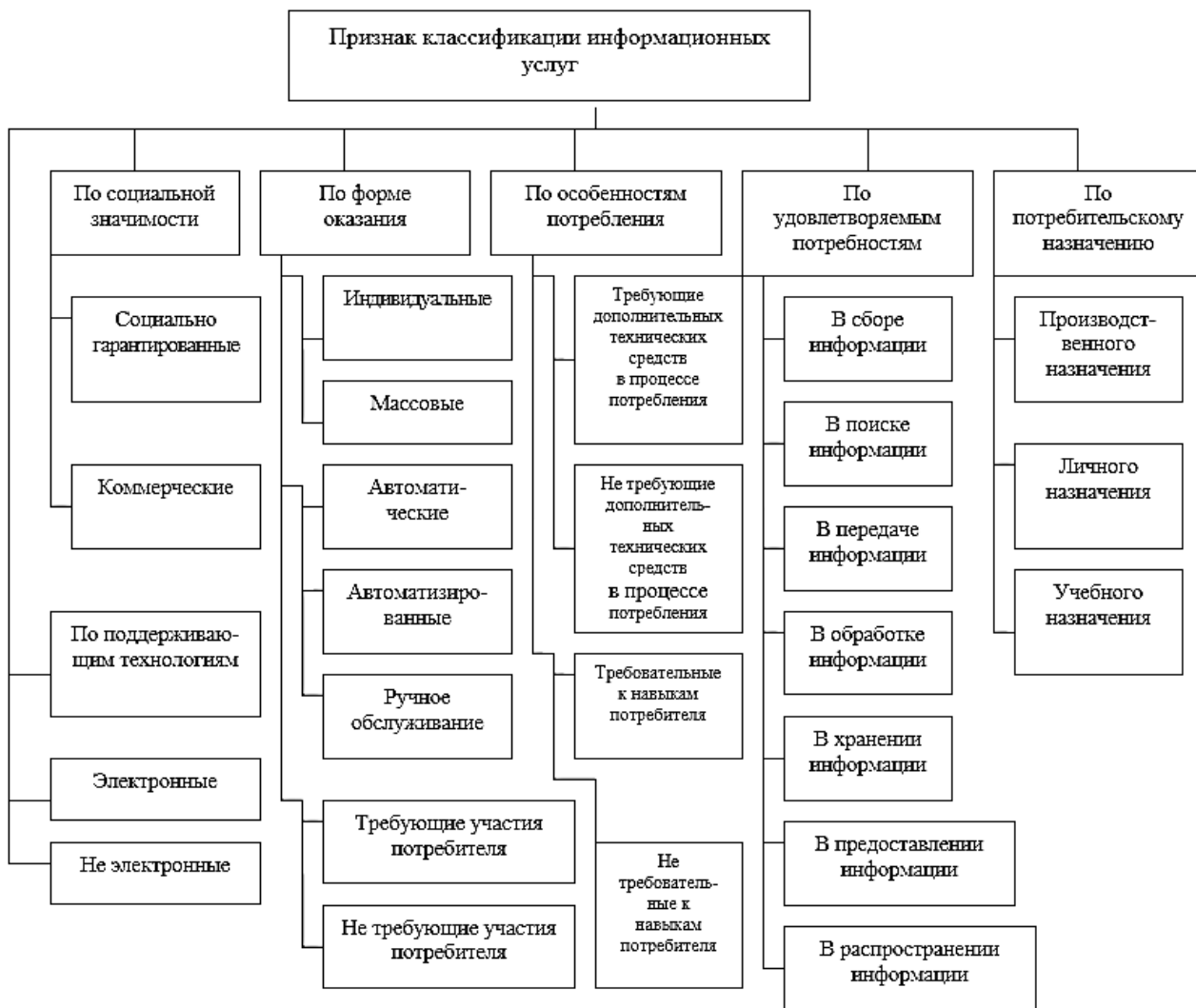


Рис. 2. Ключевые признаки классификации информационных услуг [2, с. 11]

Развивая вышеприведенную классификацию, нам представляется важным подразделить информационные услуги на две большие группы – технологические и профессиональные услуги. Данное подразделение базируется на выявлении специфических ресурсов, необходимых для оказанных конкретных видов информационных услуг, а именно, при оказании технологических услуг необходимы специальные технологии и оборудование, тогда как в процессе оказания профессиональных услуг решающим ресурсом выступают специалисты, обладающие необходимыми познаниями в области оказываемых услуг. При этом в качестве примеров услуг, относящихся ко второй категории, можно привести информационные услуги библиотек либо услуги информационно-консультативных служб агропромышленного комплекса.

Подобным услугам во все большей степени становятся присущи характерные черты интеллектуальных услуг, производство которых непосредственно связано с использованием интеллектуального и творческого труда, основанного на формировании новых знаний как преобразованной формы информации. Данные услуги обладают комплексом специфических особенностей, обуславливающих их сущностное содержание: [4, с. 93]:

- процесс оказания интеллектуальных услуг обусловлен использованием в качестве производственного ресурса знаний и интеллекта;

- структурные особенности и неоднородность подобных услуг проистекают из специфических особенностей их производства и функционального содержания;

- к специфическим свойствам интеллектуальных услуг относятся знаниеемкость, высокая степень персонифицированности и достаточно высокая сложность оценки качества подобных услуг со стороны потребителя.

Необходимо отметить, что в условиях ужесточения конкуренции на рынках информационных услуг все большую значимость в контексте повышения их потребительской ценности приобретает уровень индивидуализации как самих информационных услуг, так и процесса их оказания потребителю.

Современный подход к оказанию информационных услуг в значительной степени предполагает их совместное с заказчиком производство, в рамках которого потребитель не просто воспринимает передаваемую ему информацию, а активно участвует в процессе формирования ключевых требований, определяющих ее основные характеристики, что специалисты обозначают термином «сообслуживание» [5, с. 80].

Потребитель информационных услуг, все в большей степени выступая в качестве их индивидуального заказчика, в значительной степени оказывает влияние на важнейшие аспекты создания и предоставления необходимой именно ему информации. Соучастие потребителя можно охарактеризовать в качестве личной формы взаимодействия с продуцентом услуг, предполагающей передачу необходимой последнему информации, а также непосредственного

осуществления действий, направленных на формирование потребительской ценности услуги.

В случае, когда потенциальный потребитель информационных услуг выступает в качестве их индивидуального заказчика, он в значительной мере вовлекается в процесс формирования потребительской ценности услуг, которые необходимы именно ему, и оказывает значительное воздействие на ключевые аспекты их предоставления. Подобное соучастие потребителя представляет собой форму осознанного сотрудничества с поставщиком услуг, выражающуюся в осуществлении действий по передаче определенной информации, способствующей формированию потребительской ценности услуг.

При этом соучастие потребителя в процессе создания информационных услуг является значимым способом их дифференциации среди альтернативных предложений. Также оно определяет наличие возможности трансформации содержания информационных услуг в процессе их оказания в зависимости от появления новой информации и конкретизации потребностей заказчика.

Подводя итог проведенного анализа, необходимо указать на то, что в современных условиях информационные услуги во все большей степени приобретают форму индивидуализируемых интеллектуальных услуг, оказываемых с помощью специализированных технологий и предполагающих наличие у их потребителя определенных знаний и навыков, облегчающих процесс их адекватного восприятия.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» №149-ФЗ от 27 июля 2006 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1995. – №8. – Ст. 609.
2. Кокшина Е.В. Стратегическое управление развитием рынка информационных услуг средств массовой информации в регионе: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е.В. Кокшина. – СПб., 2008. – 23 с.

3. Мировой рынок информационных и телекоммуникационных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://мниап.рф/analytics/Mirovoj-rynok-informacionnyh-i-telekommunikacionnyh-uslug>

4. Норкина Е.И. О результатах исследования антикризисного консалтинга как нового сегмента интеллектуальных услуг / Е.И. Норкина // Качество жизни: вчера, сегодня, завтра. Актуальные проблемы вступления России в ВТО / Под общ.и науч. ред. Г.В. Астратовой. – Екатеринбург, 2012. – 648 с.

5. Eiglier P. Servuction / P. Eiglier, E. Langeard. – Paris: McGraw-Hill, 1987. – 202 p.