

На правах рукописи

Сиднева Юлия Евгеньевна

**Информационные услуги в системе экономических отношений
(теоретический аспект)**

Специальность 08.00.01 - Экономическая теория

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**



Уфа - 2001

Работа выполнена на кафедре «Экономическая теория и мировая экономика»
Уфимского технологического института сервиса

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
И.В. Дегтярёва

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Т.П. Николаева

кандидат экономических наук, доцент
С.Р. Сибгатуллина

Ведущая организация: Челябинский государственный
университет

Защита состоится "14" декабря 2001г. в 16.30 часов на заседании
регионального диссертационного совета Д 002.198.01 в Уфимском научном
центре Российской академии наук по адресу: 450054, г.Уфа, Проспект Октября,
71.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Уфимского
научного центра РАН.

Автореферат разослан «13» ноября 2001г.

Ученый секретарь регионального
диссертационного совета,
д.э.н.



Н.И. Климова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Человечество вступает в новый этап развития цивилизации, в котором информация, знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. Информация стала не только главным средством труда, но и одним из ведущих предметов труда, подлежащих преобразованию, обработке, хранению, передаче, потреблению в ходе материального и духовного производства, а также продуктом труда.

Следствием роста потребности в информации и повышения значения её как товара стало бурное развитие сферы информационных услуг. Налицо явная тенденция к увеличению информационных потоков между субъектами экономических отношений и стремление организовать, систематизировать и проанализировать их со стороны поставщиков информационных услуг.

Сфера информационных услуг занимает заметное место в структуре экономики промышленно развитых стран. При этом Россия, несмотря на успехи экономики последних лет в области информатизации, отстает по этому показателю от западных стран, где продажи информационных услуг составили ещё в 1995 году 95 млрд.долл, три четверти которых приходилось на США, и имеют устойчивую тенденцию к нарастанию¹. В России же, по данным Госкомстата, например, в 1998 году выручка от реализации информационных услуг составила только 1,05 млрд.руб², что свидетельствует о серьёзном отставании от индустриальных стран и в целом по развитию сферы услуг (в 1998 году общая доля сферы услуг в ВВП России составила 52,7%, в то время как в США доля этой сферы в ВВП составляет 70-75%)³. Сфера услуг в качестве самостоятельного объекта структурной политики в нашей стране, к сожалению, пока формально отнесена к приоритетным направлениям социально-ориентированной экономики. Между тем третичный сектор способен внести существенный вклад в увеличение производства ВВП при относительно малых капитальных затратах и более коротких сроках их окупаемости, особенно сфера информационных услуг, где отмечается высокий уровень доходов на вложенный капитал.

В условиях становления в России рыночного механизма хозяйствования, развития предпринимательской деятельности увеличилась потребность субъектов экономической системы страны в достоверной и своевременной информации для принятия управленческих решений. Результатом возникшего спроса на информацию явилась острая необходимость развития сферы

¹ Антипина О., Иноземцев В. Диалектика стоимости в постиндустриальном обществе // Мировая экономика и международные отношения. - 1998. - №6. - С.48-59.

² Сфера услуг в России: Статистический сборник / Госкомстат России. - М., 2000. - С.290.

³ Бреев Б., Галецкий В. Развитие сферы услуг и экономический рост // Российский экономический журнал. - 2000. - №10. - С.56-60.

информационных услуг. Организация и эффективное использование информационного обеспечения субъектов рынка позволит российской экономике выйти из нынешнего кризисного состояния, стать конкурентоспособной и адаптироваться к современным условиям функционирования мирового рыночного хозяйства. Поэтому очень важно с точки зрения экономической теории выработать единый подход к информации как экономической категории, определить роль и место информационных услуг в современной экономике и дать практические рекомендации по развитию сферы информационных услуг.

Степень разработанности проблемы. Среди ученых, исследовавших информацию как понятие, известны Р.Ф.Абдеев, А.К.Айламазян, В.М.Глушков, Е.В.Стась, А.Д.Урсул, К.Шеннон, Г.А.Югай и др..

Значительное количество работ экономистов посвящено анализу информации как экономической категории. При этом одни ученые рассматривают информацию прежде всего как ресурс («условие производства», «фактор производства»), считая, что она становится движущей силой развития экономики и общества. Это признавали К.Маркс, Д.Рикардо, А.Смит, А.Маршалл, признают и современные западные экономисты, например, П.Друкер, П.Пильцер, а также отечественные ученые - Д.Г.Плахотная, В.Н.Костюк, И.В.Пещанская и др.

Ученые, исследовавшие экономическую роль информации с макроэкономических позиций, в частности О.Н.Антипина, Д.Белл, Р.Дарендорф, В.Л.Иноземцев, Й.Масуда, Ф.Махлуп, Т.П.Николаева, Н.П.Полякова, М.Порат, Т.Стоуньер, О.Тоффлер, Т.Умесао, пришли к концепции постиндустриального, или информационного общества, в которой понятие информации становится центральным и предполагает экономическую основу развития экономики.

Работы Э.Дж.Долана, Р.Коуза, Д.Линдсея, О.Уильямсона и др. идут в русле теории транзакционных издержек и связаны с наличием неопределенности и риска в частном предпринимательстве. Они представляют микроэкономический подход к анализу экономической роли информации.

При существующем многообразии взглядов на роль информации отсутствует единый подход к определению места и роли информации в хозяйственной деятельности, который бы обозначил её реальное значение в экономике. Особенно много мнений по поводу товарной природы информации, определения её стоимости. Этой проблеме посвящены работы Л.С.Крылова, Я.А.Певзнера, Д.Г.Плахотной, М.В.Солодкова, Д.Стиглера, К.Эрроу и др. Столкнувшись со сложностью определения стоимости информации, некоторые ученые, например, С.Дятлов, предложили обратный подход, когда ценность

экономических явлений определяется количеством опредмеченной в них информации.

К числу малоисследованных вопросов относится и проблема выявления роли сферы услуг в экономике. Свой вклад в разработку этой темы внесли О.Арсюта, Б.Бреев, Н.И.Вульфсон, В.Галецкий, Л.Демидова, Т.М.Елизарова и др.

Требуется более детальное исследование и информационных услуг, поскольку имеющиеся отдельные работы по маркетингу информационных услуг (С.И.Майоров), по информационному обслуживанию научных работников (Д.И.Блюменау, Б.Б.Кадоццев), анализу информационного бизнеса в целом (А.Вартанян, В.П.Тихомиров, А.В.Хорошилов, О.Н.Чирченко), по некоторым аспектам рынка информационных услуг, области информационных технологий вообще (И.А.Андреева, О.Арсюта, Ю.М.Арский, Е.Л.Богданова, Р.С.Гиляревский, Б.Голдстайн, В.С.Егоров, И.С.Мелюхин, Г.Поппель) не раскрывают с точки зрения экономической теории вопрос о месте информационных услуг в системе экономических отношений и их роли в современном обществе.

В научной литературе нет четкого определения, что же считать информационными услугами и почему их следует выделить из общей сферы услуг, не выявлено влияние информационных услуг на экономическую деятельность, нет их единой классификации.

Исходя из этого и учитывая актуальность данной проблемы, нами был сделан выбор цели и задач диссертационной работы.

Целью данной работы является определение места информационных услуг в системе экономических отношений, их роли и функций на новом этапе развития общества и выявление основных тенденций развития данного сектора экономики.

Объектом исследования являются информационные услуги в современной экономике.

Предметом исследования являются экономические отношения, складывающиеся в процессе воспроизводства информационных услуг, и влияние последних на экономическую деятельность субъектов экономики на макро- и микроэкономическом уровне.

Задачи исследования:

– уточнить место информации как экономической категории в существующих направлениях экономической мысли, изучить методологические подходы определения её ценности;

– определить понятие информационной услуги, выявить её место в системе экономических отношений и роль в современной экономике;

– разработать классификацию информационных услуг;

- проанализировать и выявить основные тенденции развития информационного обслуживания финансового рынка, где остро стоит проблема принятия решения в условиях неопределенности;
- дать определение качества информации и информационной услуги;
- изучить влияние на взаимодействие экономических субъектов таких информационных услуг, как интегральные рыночные услуги;
- дать рекомендации по созданию условий для развития сферы информационных услуг, способствующих скорейшему вхождению России в информационное общество.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили классические теории, концепции и гипотезы, представленные и обоснованные в трудах отечественных и зарубежных экономистов, социологов, историков, математиков, исследовавших проблемы информации в экономической теории.

В процессе работы применялись такие методы научного познания, как системный, комплексный подход к исследуемому объекту и предмету, исторический подход, анализ и синтез, абстрагирование, построение силлогизмов, а также метод экономико-математического моделирования.

Эмпирическая база исследований включает изучение опыта использования информации и информационных услуг в различных областях хозяйственной деятельности США и России. Были проанализированы нормативные акты России, относящиеся к процессам получения, обработки, хранения и передачи информации, экспертные заключения западных аналитиков, исследующих сферу информационных услуг, данные Госкомстата России и Башкортостана, касающиеся информационных услуг.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- на основе анализа информации как экономической категории сделан вывод, что при переходе к постиндустриальному обществу информация становится не только необходимым экономическим ресурсом, но и потребительским благом, принимающим форму специфического товара, ценность которого определяется субъективной оценкой полезности его со стороны потребителя;
- дано понятие информационной услуги как востребованной оплачиваемой деятельности, полезной работы по превращению знания в информацию для предоставления её пользователю, уточнено её место и роль в экономике;
- предложена новая классификация информационных услуг, основанная на специфических признаках (функциональном, социальной значимости и гарантированности государством, по типу динамики информации), впервые

примененных для данной категории, которая позволит регулировать рынок информационных услуг;

– в результате анализа основных тенденций развития сферы информационных услуг по предоставлению финансовой информации выявлены пути совершенствования финансового рынка, основанные на использовании информационных услуг для обеспечения его целостности;

– предложена оригинальная параметрическая модель определения цены на информационную услугу на финансовом рынке, в основу которой положены качественные характеристики и специфика ценообразования в данном секторе;

– сформулирована концепция развития информационных услуг, обеспечивающих функционирование товарного рынка, основанная на выявленном влиянии интегральных рыночных услуг на процесс экономической координации субъектов рынка.

Рабочей гипотезой исследования является утверждение, что посредством информационных услуг происходит распространение информации, являющейся неотъемлемой частью экономических процессов, и вовлечение её в экономический оборот.

Теоретическая и практическая значимость работы. Важным результатом работы является уточнение понятия информации как экономической категории, её роли в экономической деятельности. Выявлена сущность информационных услуг, дано их определение и классификация, на основе которой возможна систематизация информационных услуг. Показана роль информационных услуг в обеспечении функционирования рынка.

Практическое значение исследования состоит в разработке классификации информационных услуг, которая может быть положена в основу методик ценообразования для каждого из типов информационных услуг. Предложена методика ценообразования на информационные услуги в секторе финансовой информации, а также меры государственного регулирования сферы информационных услуг и содействия её развитию.

Выводы и положения диссертационной работы могут быть использованы в рамках изучения ряда экономических дисциплин, таких как экономическая теория, биржевое дело, экономика информатики.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертационного исследования апробировались соискателем на 4-х международных, всероссийских, республиканских научно-практических конференциях. По теме диссертации опубликовано 5 научных работ, общим объемом 1,6 п.л.

Структура и содержание работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

Работа изложена на 153 страницах, приложение содержит 11 таблиц, 12 схем, 2 графика и 4 диаграммы. Список литературы включает 179 наименований.

В первой главе «Информационные услуги: понятие, роль и место в экономике» анализируется информация как экономическая категория и информационные услуги как форма экономической реализации информации, выявляются особенности информационных услуг, их роль и место в экономике.

Во второй главе «Информационные услуги в системе рынка» раскрывается влияние информационных услуг на экономическую деятельность субъектов рыночной экономики на основе анализа информационных услуг как механизма финансового и товарного рынка.

В заключении обобщаются итоги исследования, делаются основные выводы по диссертации и даются рекомендации по совершенствованию механизма информационного обеспечения предпринимательской деятельности.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ РАБОТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Уточнение понятия информации как экономической категории на современном этапе развития общества и методологии определения её ценности на основе выявленной специфики информации как товара.

Изучение информационных услуг требует выяснения сущности информации и особенностей общества, в котором она приобрела особое значение. В результате обобщения многочисленных трактовок и концепций в работе дано определение информации, как переданных в процессе коммуникации сведений об окружающей среде, направленных на изменение знаний о ней субъекта, которому предназначается информация. В этом определении подчеркивается, что информация приобретает значение именно в коммуникативном процессе, где имеет направленный характер. Для её передачи требуются целенаправленные усилия как передающего, так и принимающего субъекта, который должен быть заинтересован в получении информации. Информацию можно определить как оформленное знание, то есть форму, в которой знание передаётся, знание «укомплектованное» в таком виде, в каком оно может быть освоено, приобретено и использовано.

Раскрывая причины повышения ценности информации, в диссертации подчеркивается, что это связано с тенденцией активного применения информации не только для самопознания и духовного развития человека, но и в практической деятельности. Сначала информация использовалась для разработки орудий труда, производственных технологий и видов готовой продукции, затем - для анализа и проектирования трудовых процессов, и наконец, технический прогресс в средствах доставки и обработки информации

позволил использовать информацию для управления, что и повысило её полезность.

Соответственно, с увеличением полезности информации, изменялись и взгляды экономистов, анализ эволюции которых показывает, что информация становится производственным ресурсом в определённую историческую эпоху - в капиталистическом, или индустриальном обществе. Сегодня же информация стала определяющим фактором производства, отодвинув на задний план и капитал, и сырьё, и рабочую силу. Информация стала предметом труда; в народном хозяйстве выделилась сфера производства информации, западное общество перешло в постиндустриальную стадию развития, которую называют ещё и информационным обществом.

Именно в постиндустриальном, или информационном обществе, производство и применение информации с целью повышения эффективности экономики становится главной сферой деятельности, а информация - объектом купли - продажи. Практически все экономисты признают, что информация является ресурсом, однако в диссертации утверждается, что информация сегодня - ещё и потребительское благо. В постиндустриальном обществе перед людьми стоит проблема выживания в постоянно меняющейся среде, и они вынуждены всё время учиться, им нужна информация, чтобы совершенствовать свои профессиональные навыки, иначе они рискуют оказаться за бортом НТП. Поэтому в диссертации дано определение информации как экономического, то есть ограниченного блага, которое является продуктом интеллектуального труда (информационной деятельности), удовлетворяет информационные потребности как предприятий в качестве необходимого производственного и управленческого ресурса для производства товаров и услуг, так и потребителей в качестве потребительского блага, необходимого для познания окружающей действительности, уменьшения неопределенности и выживания в условиях ускорения темпов экономической, социальной, политической и культурной эволюции, формирования всесторонне развитой личности. Эволюция значения информации, обобщенная в диссертации, дана на схеме 1.

Увеличение потребности в информации, выделение сферы её производства привели к тому, что информация стала товаром - экономическим благом, произведенным для обмена. Однако особенности информации (неотчуждаемость от производителя, отсутствие расходования, легкая тиражируемость, а также тот факт, что использование информации одним человеком не исключает использование её другим) характеризуют её как специфический товар. Информация, как товар, обладает потребительной и меновой стоимостью, но не в полной мере пригодна к обмену, так как не

отчуждается в актах купли - продажи; права собственности на неё не переходят к покупателю, если не передаются исключительные права на неё.

Схема 1. Эволюция значения информации в экономике

	Доиндустриальная система	Индустриальная система			Постиндустриальная система
		I этап - промышленная революция	II этап - революция в производительности труда	III этап - революция в сфере управления	
Применение информации в экономической деятельности	Информация как оформленное знание не применялась к действию	Информация стала использоваться для разработки орудий труда, производственных технологий и видов готовой продукции	Информация стала использоваться для анализа продуктивной деятельности и проектирования трудовых процессов	Информация стала использоваться для управления	Производство и применение информации с целью сделать другие виды деятельности более эффективными становится основной сферой деятельности
Распространение информации	Информация, содержащая эмпирические знания в неформализованном виде, передавалась в форме индивидуального обучения на практике	Началось организованное распространение информации как оформленного систематизированного <i>научного знания</i>	Технологическая информация становится объектом купли-продажи	Оперативная информация становится объектом купли - продажи	В экономике выделяется сфера производства информации. Информация становится специфическим товаром
Значение информации в социально-экономическом прогрессе общества	Информация - средство познания окружающего мира	Информация - условие производства	Информация - производственный ресурс	Информация - управленческий ресурс	Информация - основной вид ресурса (производственного и управленческого) и потребительское благо

Специфичность информации как товара проявляется и в определении её стоимости (или ценности). В результате анализа попыток отдельных экономистов оценить стоимость информации в диссертации сделан вывод, что к оценке информации более применима теория, согласно которой стоимость (ценность) есть мера полезности. Однако сложность определения полезности информации, например, по экономическому эффекту от её применения, в том, что ожидаемый экономический эффект трудно рассчитать заранее, поэтому расчет его приблизителен и субъективен, тем более что в результате использования одной и той же информации эффект может быть неодинаковый у разных пользователей.

Даже после применения информации непросто вычленить результат употребления собственно информации от комплекса воздействующих на

показатели эффективности факторов (применение новой техники, улучшение организации труда и прочих). То есть эффект использования информации трудноуловим и не поддается обычным измерениям.

В то же время издержки на производство в меньшей степени влияют на цену информации в случае, когда одна и та же информация может быть продана большому количеству потребителей из-за низких затрат на её тиражирование. Цена на такую информацию может устанавливаться в ряде случаев ниже издержек, так как затраты на её производство рано или поздно окупятся. Кроме того, производство информации - индивидуальный, творческий процесс и трудно поддается нормированию, поэтому оценка издержек тоже субъективна.

Вследствие этого информация выделяется из ряда обычных товаров субъективностью оценки её стоимости, зависящей от представлений пользователя о полезности (ценности) приобретаемого информационного продукта, ценность которого можно измерить только после его использования.

2. Определение понятия информационной услуги, её роли и места в экономике.

Как элемент экономического механизма, информация представлена своей экономической формой, в качестве специфического объекта экономических отношений. Специфичность информации как товара, проявляющаяся прежде всего в том, что она не отчуждается в актах купли-продажи, привела к тому, что экономической формой информации, то есть формой её экономической реализации, возмездного обмена, присвоения, использования и потребления, является форма «информационных услуг».

Так как знание само по себе продать невозможно (оно в голове того, кто его выработал), то для продажи или передачи его необходимо превратить в информацию. Для превращения выработанного знания в информацию должна быть осуществлена определенная работа, информационная деятельность на основе информационных технологий. Но эта деятельность сама по себе ещё не является информационной услугой. Услуга, как нам представляется, - это не деятельность сама по себе, даже не полезная деятельность, даже не деятельность для других. Услуга - это востребованная деятельность, которая непосредственно, в качестве полезной работы, вступает в отношения общественного возмездного обмена, т.е. в отношения купли - продажи.

Исходя из понимания информационной услуги как экономического отношения между собственниками (владельцами) и пользователями информации, в диссертации сделан вывод о сущности информационной услуги. Информационная услуга - это востребованная оплачиваемая деятельность, полезная работа по превращению знания в информацию для предоставления её пользователю, работа по комплектованию, систематизации, изложению знания.

Покупают информацию, но объектом экономического отношения, оплаты является работа по превращению знания в информацию.

Сама конкретная полезная деятельность по превращению знания в информацию является объектом и носителем экономического отношения информационной услуги, и только лишь в том случае, если имеет место это отношение. Конкретные виды этой деятельности выступают как конкретные информационные услуги. Предметно информационная деятельность выступает как информационный продукт. Именно информационный продукт продается, но оплачивается при этом работа по его созданию.

Несмотря на нематериальность информации (материальна лишь её овеществленная форма - документ, а информационный продукт может быть как в вещественной, так и невещественной форме) и неопределенность границы между информационным продуктом и услугой, что и отражается в распространенном выражении «информационные продукты и услуги», всё же границу эту провести можно и нужно. Информационный продукт - это информация, сформированная для дальнейшего распространения. Информационная услуга - это реализация информационного продукта в обмене. Было бы неверно назвать её торговой услугой, аналогично торговой услуге по реализации материального продукта, так как продажа товара означает приобретение покупателем не только самого объекта торговли, но и прав собственности на него, и права распоряжаться им по своему усмотрению в том числе. В случае же продажи информации, особенно являющейся объектом авторского права, покупатель в подавляющем числе случаев приобретает лишь право на её использование (лицензию), а не право на владение и распоряжение. Кроме того, продавец не лишается этой информации и может продать её ещё многим потребителям.

Необходимость правовой регламентации условий передачи информации и доказательства самого факта её передачи привели к распространению практики составления договора на оказание информационных услуг, где учитываются все возможные правовые нюансы, которые могут иметь место. Поэтому мы считаем, что продажа информации по сути является информационной услугой - деятельностью по реализации произведенного информационного продукта.

Кроме деятельности по реализации произведенного информационного продукта к информационным услугам относятся сбор, хранение, передача, обработка информации, создание информации по заказу и предоставление к ней доступа.

Анализ места информационных услуг в системе экономических отношений показывает, что информационная услуга есть результат исторического развития, дальнейший шаг в общественном разделении труда. Повышение потребительной стоимости информации, углубляющееся

разделение труда и необходимость взаимосвязи между отдельными субъектами народного хозяйства, кризис информации и возможности, предоставляемые новыми информационными технологиями на основе компьютеров и глобальных сетей передачи данных, привели к бурному развитию сферы информационных услуг.

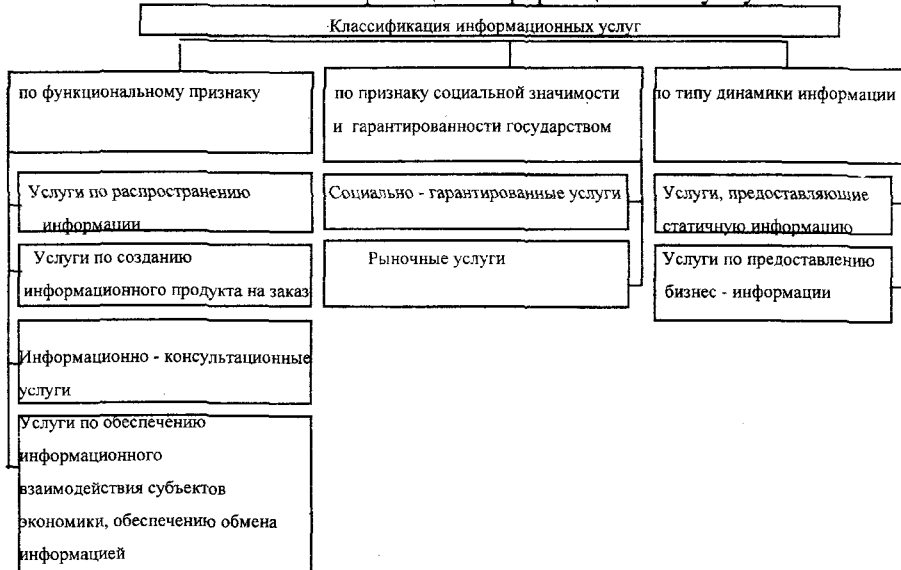
Информационные услуги являются частью сферы услуг, однако занимают в этой сфере особое место. В диссертации отмечена их специфика, отличающая их от прочих услуг, что дает основание для отдельного их рассмотрения.

Информационные услуги необходимы в условиях рыночной экономики. Информация является собственностью тех организаций, на средства которых была создана, либо является объектом авторского права, закрепляющего собственность на неё автора, создавшего эту информацию. Именно посредством информационных услуг осуществляется распространение информации, распределенной по собственникам, и вовлечение её в экономический оборот. То есть информационные услуги представляют собой информацию в сфере её обращения и ориентированы на рынок.

3. Обоснование и разработка классификации информационных услуг.

В диссертации разработана специфическая классификация, принципы которой отличны от выдвигаемых другими авторами. Классификация, предложенная в диссертации, основана на роли информационных услуг в экономике и представлена на схеме 2.

Схема 2. Классификация информационных услуг



Первый признак классификации - функциональный - делит услуги по выполняемым ими функциям в общественном разделении труда и позволяет систематизировать всё многообразие информационных услуг, определить роль каждого типа услуг в общественном разделении труда, выработать единый подход к ценообразованию информационных услуг одного типа. Второй признак классификации - по социальной значимости и гарантированности государством, позволяет определить границы нерыночного сектора информационных услуг - неприбыльных услуг, но тем не менее важных для развития общества. Третий признак классификации - по типу динамики информации (статичной или оперативной), выделенный в связи с различным влиянием на экономическую деятельность разных типов информации, подразделяет информационные услуги на услуги по предоставлению информации, составляющей интеллектуальный капитал предприятия, и услуги по предоставлению бизнес - информации, играющей решающую роль в управлении.

Предложенная классификация позволит государству достоверно оценивать объем оказываемых услуг, более эффективно воздействовать на развитие сферы информационных услуг, а поставщикам информационных услуг - ориентироваться, какие виды услуг являются наиболее прибыльными, то есть в оказание каких видов услуг вкладывать средства.

В диссертации на основе сравнения истории развития сферы информационных услуг в США и России сделан вывод, что потребность в информационных услугах появляется именно в рыночной экономике. В командно-административной системе информационные услуги не были востребованы, в связи с чем и не учитывались отдельно, не было потребности в их классификации. Сегодня же рынок информационных услуг в России постепенно становится похожим на рынок информационных услуг развитых стран Запада, с преобладанием на нём сектора коммерческой и финансовой информации.

В связи с большим разнообразием видов и типов информационных услуг, различием их функций и оказываемого ими экономического эффекта в работе более подробно рассмотрены услуги по предоставлению бизнес - информации, обеспечивающей функционирование рынка в целом. В диссертации рассматривается деятельность фирм, оказывающих информационные услуги, направленные на решение проблемы организации информационных потоков между субъектами рынка.

Наиболее ярко влияние информационных услуг на взаимодействие рыночных субъектов проявляется на финансовом рынке, где информация является содержанием производственной деятельности, и на товарном рынке, где затраты на приобретение информации составляют значительную часть

транзакционных издержек. Помимо этого, и на том, и на другом рынке информация снижает неопределенность и риски. В диссертации проанализированы информационные услуги сначала как механизм финансового рынка, а затем - как механизм товарного рынка.

4. Информационные услуги как механизм обеспечения целостности финансового рынка.

Исходя из значимости финансового рынка для устойчивого функционирования национальной экономики и его особенностей, в диссертации анализируется использование и влияние на него информационных услуг.

В области финансов особое значение имеет оперативность получения информации, уменьшающей неопределенность и риски, без которой невозможно заключение сделок на финансовых рынках. Информационные услуги, как механизм обеспечения целостности финансового рынка, способствуют глобализации экономики и постепенно стирают границы, в прошлом сдерживавшие рынки в рамках отдельных государств. Так, в США с 1990 по 1998 год совокупные валовые покупки и продажи ценных бумаг между резидентами и нерезидентами по сравнению с ВВП увеличились с 89% до 230%⁴.

Суть этих процессов - не в количественном росте финансовых рынков, а в формировании нового глобального механизма принятия решений, с принципиально более сложным потоком информации, которая подлежит переработке. Объем этой информации всё возрастает. Это определяет значимость информационных услуг, без которых невозможно оптимальное распределение мировых финансовых ресурсов.

Поставщики финансовой информации обеспечивают получение оперативной и аналитической информации о финансовом рынке, новостей о важнейших политических и экономических событиях в разных странах. Они предоставляют информацию в обработанном виде, удобном для восприятия и облегчающем принятие решения.

Роль информационных услуг в финансовой сфере возрастает в связи с отрицательными последствиями неглубокого освещения прессой экономического положения страны, состояния биржевой деятельности, распространения ошибочных или злонамеренных слухов и прогнозов, а также в связи с негативным влиянием инсайдерской информации на функционирование финансового рынка.

Сегодня в России, по оценкам биржевых аналитиков, половина всех сделок купли-продажи акций совершается на основе инсайдерской

⁴ Эрнст Моритц Липп. Международные потоки капитала; размах и динамика //Международная политика. - 2000. - №6. - С.14-24.

информации, то есть эксклюзивных сведений из закрытых для конкурентов источников, что подрывает доверие инвесторов к фондовому рынку и его участникам. Отсутствие ограничений на распространение и использование инсайдерской информации заметно вредит отечественному бизнесу, нарушая принципы честной конкуренции и деловой этики. Кроме того, если не запрещать использование служебной информации, то объем сделок уменьшится, так как лица, не принадлежащие кругу инсайдеров, будут опасаться заключать сделки, подозревая потенциального контрагента в лучшей информированности.

Пресечь использование инсайдерской информации на неорганизованном фондовом рынке практически невозможно. Дальнейшее развитие информационного обслуживания этого сегмента российского финансового рынка необходимо (и не только для обеспечения контроля за сделками), поскольку участники внебиржевого рынка ограничены в возможности получения концентрированных сведений о состоянии рынка, котировок различных видов ценных бумаг, о конъюнктуре движения денежных капиталов.

Анализ тенденций развития информационного обслуживания финансового рынка западных стран обнаруживает закономерность перехода в современных условиях к обслуживанию через Интернет; перемещение конкуренции в область качества информационной услуги (а не её цены), в связи с чем в работе предложена оригинальная модель определения цены на информационную услугу на финансовом рынке в зависимости от параметров качества услуги; и развитие Интернет-трейдинга. В диссертации сделан вывод, что сегодня наблюдается трансформация информационного обслуживания в новый вид услуги - переход от распространения информации к обеспечению информационного взаимодействия субъектов рынка. Этот переход необходим для повышения активности участников финансового рынка. Интернет-трейдинг даст возможность реорганизовать отечественный внебиржевой рынок, информационно связав его участников с установлением контроля за законностью сделок, обеспечив целостность финансового рынка и формирование на нём равновесных цен.

5. Модель цены на информационную услугу на финансовом рынке.

В работе доказана нецелесообразность использования при определении цен на информационное обслуживание финансового рынка известных методов ценообразования (на основе издержек, спроса или цен конкурентов). Для этого сектора характерна относительно низкая эластичность спроса по цене, в связи с чем потребители менее чувствительны к цене и больше обращают внимание на качество информационных услуг. Поэтому для определения цены на информационную услугу на финансовом рынке в диссертации предложена

параметрическая модель, где цена информационной услуги является функцией параметров её качества (достоверности, оперативности, уникальности, широты и глубины охвата, наличия аналитических материалов и др.):

$$\ln P_{\text{подписки на инф. услугу}} = a + b \cdot x_1 + c \cdot x_2 + d \cdot x_3 + e \cdot x_4 + f \cdot x_5 + j \cdot x_6 + h \cdot x_7 + i \cdot x_8 + g \cdot x_9,$$

где $P_{\text{подписки на инф. услугу}}$ - ежемесячная фиксированная плата за предоставление информации определенного качества в заранее оговоренном объеме;

$x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7, x_8, x_9$ - значения параметров качества, определяемые экспертным путем;

$a, b, c, d, e, f, j, h, i, g$ - постоянные коэффициенты.

В результате анализа качества оказываемых рядом информационных агентств услуг по предоставлению информации по фондовому рынку и уровня цен, выявления значений параметров качества услуги составлена и решена система уравнений с целью нахождения коэффициентов.

Цену информационной услуги на финансовом рынке следует определять по формуле:

$$P_{\text{подписки на инф. услугу}} = \exp[a + b \cdot x_1 + c \cdot x_2 + d \cdot x_3 + e \cdot x_4 + f \cdot x_5 + j \cdot x_6 + h \cdot x_7 + i \cdot x_8 + g \cdot x_9],$$

где вычисленные нами в результате решения системы уравнений коэффициенты сведены в таблицу:

a	b	c	d	e	f	j	h	i	g
1,013	0,899	1,305	0,845	0,396	0,105	0,140	0,371	0,843	0,049

С помощью данной формулы поставщик финансовой информации при введении новой информационной услуги может рассчитать оптимальную цену на неё, исходя из цен конкурентов, учитывающую качество предоставляемой информации и предполагаемый сервис.

6. Влияние информационных услуг на процесс экономической координации субъектов товарного рынка.

При анализе влияния информационных услуг на процесс экономической координации информация рассматривается как составляющая транзакционных издержек использования рыночного механизма. Стремление снизить транзакционные издержки является одной из причин интеграции производства. Интеграция, при которой происходит переход от рыночного способа осуществления экономической координации к административному, ведет к экономии на транзакционных затратах, но подавляет рыночный механизм, а это сказывается отрицательно на экономической деятельности, так как уменьшается заинтересованность участников в эффективном хозяйствовании.

Кроме того, административная организация внутри фирмы устраняет ряд затрат, присущих рыночным отношениям, но приносит свои собственные

издержки внутреннего управления, увеличиваются затраты по передаче информации, необходимой для принятия деловых решений.

Для успешного управления деятельностью горизонтально интегрированных фирм (объединяющих предприятия, выпускающие сходную продукцию) необходима организация единого информационного пространства, чтобы увеличить скорость передачи информации руководству и доведения указаний первых лиц фирмы до исполнителей. То есть информационные услуги, обеспечивающие передачу информации, и прежде всего услуги связи, позволяют снизить издержки внутреннего управления и способствуют горизонтальной интеграции и, следовательно, территориальной экспансии бизнеса.

И наоборот, услуги, связывающие в единый информационный процесс самостоятельных рыночных субъектов, «продавца - покупателя», которые не являются юридически одной фирмой, снижают необходимость вертикальной интеграции и расширяют область действия рыночных отношений, что способствует эффективной деятельности каждого отдельного предприятия. В отличие от вертикальной интеграции, они способствуют преобладанию рыночного способа экономической координации над административным, повышая эффективность рыночного механизма.

Примером подобных информационных услуг являются *интегральные рыночные услуги (ИРУ)*, к появлению которых привело развитие сферы информационных услуг с её тенденцией к предоставлению комплексных услуг, приспособленных к индивидуальным требованиям заказчика. Современным воплощением ИРУ является реализация схем электронной коммерции.

Сама по себе электронная коммерция не является информационной услугой. Это скорее способ ведения бизнеса. Однако информационные посредники, реализующие схемы электронной коммерции для заказчика - предприятия, для которого осуществляют распространение информации, хранение её у себя на сервере, сбор заказов и их обработку, осуществление расчетов, дистанционную обработку информации о сделках, организацию связи между предприятиями в режиме реального времени, именно этими действиями оказывают информационные услуги. То есть интегральные рыночные услуги - это не просто связь, а поддержка бизнес - процессов электронной коммерции.

Кроме снижения транзакционных издержек, электронная коммерция включает в себя функции маркетинга. Она позволяет включить заказчика в систему управления предприятием, уменьшает число посредников, либо заменяет их информационными.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Информация в современном обществе является не только производственным и управленческим ресурсом, используемым предприятиями для производства товаров и услуг, но и потребительским благом, необходимым для познания окружающей действительности, уменьшения неопределенности и выживания в условиях ускорения темпов экономической, социальной, политической и культурной эволюции, характерного для постиндустриального общества. Информация сегодня выступает в виде специфического товара, цена на который определяется исходя из субъективной оценки полезности её со стороны потребителя. Характерной чертой этого товара является ограниченная пригодность к обмену, выражающаяся в том, что в отличие от обычных товаров он не отчуждается в актах купли - продажи.

2. Информационные услуги (представляющие собой экономическое отношение между собственниками (владельцами) информации и её пользователями) как востребованная оплачиваемая деятельность, полезная работа по превращению знания в информацию для предоставления её пользователю; работа по комплектованию, систематизации, изложению знания, являются способом преодоления рассредоточения информации по собственникам и механизмом вовлечения её в экономику.

3. Разработанная в диссертации классификация информационных услуг основана на их роли в экономике. Выделенные признаки классификации (функциональный, социальная значимость и гарантированность государством, по типу динамики информации) специфичны и позволят более эффективно регулировать эту сферу в рыночной экономике.

4. Потребность в информационных услугах на финансовом рынке вызвана его особенностями - неопределенностью и высокими рисками, связанными с изменением курсов ценных бумаг, экономического положения в стране, негативным влиянием использования инсайдерской информации и опасностью дезинформации. Информационные услуги обеспечивают целостность финансового рынка, на котором особенно четко прослеживается глобализация, свойственная мировой экономике вообще.

Проведенный в диссертации анализ тенденций информационного обслуживания финансовой сферы в странах с развитой экономикой и конкретные предложения по развитию этого обслуживания помогут совершенствовать российский финансовый рынок, повысить его ликвидность. В результате анализа этих тенденций в диссертации сделан вывод, что сегодня наблюдается трансформация информационного обслуживания в новый вид услуги - переход от распространения информации к обеспечению

информационного взаимодействия субъектов рынка. Этот переход необходим для повышения активности участников финансового рынка. Развитие интернет-трейдинга даст возможность реорганизовать внебиржевой рынок, информационно связав его участников с установлением контроля за законностью сделок, обеспечив целостность финансового рынка и формирование на нём равновесных цен.

5. Разработана параметрическая (на основе параметров, характеризующих качество) модель определения цены на информационные услуги на финансовом рынке, которая в отличие от других методов ценообразования отражает тенденцию информационного обслуживания финансовой деятельности, состоящую в перемещении конкуренции в область качества информационных услуг (а не цены).

6. Развитие сферы информационных услуг привело к появлению интегральных рыночных услуг и их современному воплощению в виде реализации схем электронной коммерции.

На товарном рынке потребность в информационных услугах, с одной стороны, вызвана неопределенностью, связанной с выявлением социального заказа - какой товар и в каком количестве следует производить. То есть необходима маркетинговая информация. В связи с этим возрастает актуальность информационных услуг по поддержке бизнес-процессов электронной коммерции, которые позволяют включить потребителя в систему управления предприятием, обеспечить априорное выявление социального заказа.

С другой стороны, потребность в информационных услугах по обеспечению взаимодействия субъектов рынка вызвана их свойством снижать транзакционные издержки, что тоже позволяет сделать реализация схем электронной коммерции.

Но обеспечивая и то, и другое, информационные услуги ещё и совершенствуют рыночный механизм, влияя на процесс экономической координации, на интеграционные процессы. Услуги по обеспечению информационного взаимодействия способствуют горизонтальной интеграции и вместе с тем устраняют необходимость объединения предприятий в одну фирму по вертикали, то есть расширяют область действия рыночных отношений. Повышая эффективность рыночного механизма, они дают возможность более полно реализовать преимущества рыночного способа экономической координации.

Развитие услуг по обеспечению информационного взаимодействия субъектов экономики позволит России выйти на качественно новый уровень общественного производства, стать конкурентоспособной и адаптироваться к современным условиям функционирования мирового рыночного хозяйства.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Сиднева Ю.Е. К вопросу о современных технологиях банковского обслуживания / Сборник материалов международной научно-практической конференции «Сервис большого города».- Уфа.- 1999. - С.67-69.

2. Сиднева Ю.Е. К вопросу определения ценности информации / Сборник научных статей республиканской научно-практической конференции молодых ученых «Молодые ученые - новому тысячелетию».- Уфа.- 2000. - С.134-140.

3. Сиднева Ю.Е., Дегтярёва И.В. О сущности информационных услуг/ Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Социально-информационный сервис в современном российском обществе: состояние, проблемы, тенденции».- Уфа.- 2000. - С.105-109.

4. Вульфсон Н.И., Сиднева Ю.Е., Муфтиева Г.Х. Роль информационных услуг в экономике региона / Сборник «Стратегия развития торговли, бизнеса и малого предпринимательства» / Под ред. Г.Г. Муфтиева. Уфа: Издательство Уфимского института МГУК. -2001. - С.161-174.

5. Сиднева Ю.Е. Влияние информационных услуг на процесс управления инновациями / Сборник научных трудов по материалам российской научно-методологической конференции «Управление экономикой: методы, модели, технологии» Часть 1. -Уфа. -2001. - С.116-120.