

УДК 330.3

DOI: 10.25688/2312-6647.2024.39.1.09

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Шинкарёва О. В.

Московский городской педагогический университет,
Москва, Россия,
shinkareva_ol@mail.ru

Карабанова О. В.

Московский городской педагогический университет,
Москва, Россия,
karabanovaov@mgpu.ru

Колесникова Н. М.

Национальный расчетный депозитарий,
Москва, Россия
nata-2003-kolesnikova@mail.ru

Аннотация. В статье анализируются понятия «информационный сервис» и «информационный продукт», выявлена их сущность и специфические черты. Обосновано, что развитие и внедрение информационных сервисов в деятельность компаний повысит их эффективность, а следовательно, положительно скажется и на активности хозяйствующих субъектов различных отраслей экономики. Внедрение информационных сервисов в продукты или услуги, которые предоставляют современные компании, ведет к росту объема продаж, выручки, прибыли и в итоге к росту эффективности бизнеса. Обеспечение развития информационных технологий, сервисов и продуктов и, соответственно, технологического предпринимательства при условии соблюдения баланса между сферами экономики позволят обеспечить конкурентоспособность экономики страны и высокие показатели в достижении критерия отнесения к инновационной и цифровой экономике.

Ключевые слова: технологическое предпринимательство, информационный сервис, информационный продукт, постиндустриальное общество, эффективность

UDC 330.3

DOI: 10.25688/2312-6647.2024.39.1.09

**DEVELOPMENT OF INFORMATION SERVICES
AND INFORMATION PRODUCTS BY TECHNOLOGY
ENTREPRENEURS AS A FACTOR IN IMPROVING
THE EFFICIENCY OF THEIR ACTIVITIES**

Shinkareva O. V.

Moscow City University,
Moscow, Russia,
shinkareva_ol@mail.ru

Karabanova O. V.

Moscow City University,
Moscow, Russia,
karabanovaov@mgpu.ru

Kolesnikova N. M.

National settlement depository,
Moscow, Russia,
nata-2003-kolesnikova@mail.ru

Abstract. The article analyzes the concepts of “information service” and “information product” — their essence and specific features are revealed. It is justified that the development and implementation of information services in the activities of companies will increase their efficiency, and, therefore, will have a positive effect on the activity of economic entities in various sectors of the economy. The introduction of information services into products or services provided by modern companies leads to an increase in sales, revenue, profit and, as a result, to an increase in business efficiency. Ensuring the development of information technologies, services and products, and, accordingly, technological entrepreneurship, subject to a balance between the spheres of the economy, will ensure the competitiveness of the country’s economy and high indicators in achieving the criterion for classifying the innovative and digital economies.

Keywords: technological entrepreneurship, information service, information product, post-industrial society, efficiency.

Мы живем в постиндустриальном обществе, которому присуще активное развитие индустрии знаний, в нем постоянно внедряются новые технологии передачи информации, и в настоящее время данные процессы затрагивают все сферы экономики, в том числе и государственный сектор. Особое значение для экономики приобретают технологические предприниматели, специалисты в сфере информационных технологий, а также экосистемы, объединяющие все сферы экономики в цифровой среде [3; 7; 10].

Одной из основных потребностей современного человека является информация — для ее накопления и поиска человечество создало специальные системы, способные собирать, анализировать, организовывать, хранить и распространять информацию, в частности информационные сервисы. Это привело к возникновению термина «информационное предпринимательство». Вместе с тем давно существующее понятие предпринимательства как вида деятельности, нацеленного на систематическое получение прибыли, не дает возможности выделить специфические черты информационного предпринимательства, существенно его отличающего от таких видов деятельности, как производство или торговля [1]. Для этого необходимо выявить сущность и специфические черты таких понятий, как информационный сервис и продукт.

Впервые понятие «информационный сервис» ввел Д. Блюменау. Он считал, что продукты информационного сервиса являются составной частью интеллектуальной деятельности и активизируют ее на основе мыслительного процесса. Информационные сервисы предоставляют информационные услуги. Рассмотрим понятие и сущность информационной услуги.

Понятие «информация» в нашей стране на законодательном уровне появилось в Федеральном законе Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации», принятом в 1995 году, но утратившем силу к настоящему времени. Данный документ характеризует информацию как «сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления», «документированная информация», или «документ», «зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать»; «информационные ресурсы» — «отдельные документы и отдельные массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, а также в других информационных системах)»¹. Определений «информационный сервис», «информационный товар», «информационный продукт или услуга» ни в этом законе, ни в заменившем его нормативно-правовом акте не содержится².

Главное место в процессе создания информационного продукта/услуги и организации информационного сервиса играет человеческий фактор. Во-первых, это специалист, который постоянно занят в информационном производстве и от его образования, знаний, профессионального развития, опыта и компетенций зависит качество информационных продуктов и услуг. Во-вторых, это сам пользователь — он использует сервис и вовлечен в процедуру оценки информационных продуктов и услуг, тем самым через спрос влияя на его продажу.

Понятия «информационный сервис», «информационный продукт/услуга», «информационные технологии» различны. Сущность информационных

¹ Об информации, информатизации и защите информации. Федеральный закон от 20.02.1995 № 24-ФЗ [Электронный ресурс] // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/3959023/>

² Об информации, информатизации и защите информации. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ [Электронный ресурс] // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/12148555/#friends>

продуктов и услуг была отражена в Федеральном законе от 04.07.1996 «Об участии в международном информационном обмене», в настоящее время также недействующем. Согласно данному документу, информационные продукты (продукция) — это документированная информация, подготовленная в соответствии с потребностями пользователей и предназначенная или применяемая для удовлетворения потребностей пользователей. Вышерассмотренное определение дает возможность выделить информацию как товар (то есть это информационная продукция) и саму услугу по предоставлению данного товара (к ним и относят информационный продукт)³ [2]. Таким образом, данное в нормативно-правовых актах определение «информационная услуга» подразумевает под собой достаточно большой диапазон действий, так как доведение информационного продукта до клиента может происходить:

– различными путями, например непосредственно его продажей, предварительным предоставлением для ознакомления (следует отметить, что данным путем пользуются большинство крупных справочных правовых систем, предоставляющих определенное время бесплатного доступа) или личного некоммерческого использования, с разрешением или запретом тиражирования содержимого и пр.;

– на разных носителях — если раньше преобладал бумажный вид, то в последнее время активно используются цифровые носители информации — ранее дискеты, потом диски, в последнее время активно используются системы электронного документооборота и пр.

Вариантов создания информационного продукта также может быть несколько, к примеру: создание для неопределенного круга лиц и последующая продажа; разработка по запросу конкретного клиента или клиентов; разработка для компаний определенной отрасли и др. Если говорить об информационной услуге и ее специфике, то следует отметить, что такая услуга — это способ удовлетворения потребностей клиента, предполагающий не только передачу информации, но и весь процесс сопровождения такой деятельности — непосредственно отбор необходимых источников и поиск нужной информации, ее структурирование, анализ и распространение, а также передача клиенту нужного объема информации в зависимости от его потребностей.

Если проанализировать понятие «информационные технологии», то под ним подразумевается комплекс взаимосвязанных дисциплин, которые изучают методы эффективной организации труда людей, занимающихся хранением и обработкой информации, а также вычислительную технику, методы взаимодействия с людьми и оборудованием и организации такой работы, практическое внедрение полученных новаций на практике и изучение всех связанных с такой деятельностью проблем. Специфика отрасли информационных технологий в том, что она требует существенных первоначальных затрат

³ Об участии в международном информационном обмене. Федеральный закон от 04.07.1996 № 85-ФЗ [Электронный ресурс] // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/4092869/>

и сложного и дорогостоящего оборудования, которое с развитием технологий становится существенно дешевле. Как пример здесь можно привести стоимость первых компьютеров, которые были огромных размеров, очень дорогими и сложными в обслуживании, при этом низкопроизводительными по сравнению с современными, которые доступны в настоящее время большинству населения. Отличается данная отрасль и тем, что нуждается в высококвалифицированных специалистах, что признается и на государственном уровне — именно IT-отрасль в последнее время получила в России существенное число льгот начиная от сферы налогообложения и заканчивая льготным кредитованием и ассигнованиями компаниям из федерального бюджета, а также льготам самим сотрудникам таких компаний [4]. При этом помимо жестких навыков (*hard skills*) для успешного предпринимательства в рассматриваемой сфере необходимо понимание рыночных запросов, а также обладание большим спектром гибких навыков (*soft skills*), которые позволят понятно и доступно представить информационный продукт, услугу, сервис или технологию и приблизить разработки каждому пользователю, удовлетворить потребности потребителя, предсказывая еще не обусловленные потребности, что свойственно инновационному маркетингу и менеджменту.

Таким образом, подытожим определения вышерассмотренных понятий:

- информационный продукт — это материализованный результат информационной деятельности, созданный для удовлетворения потребностей пользователей;
- информационная услуга — это вид услуг, также ориентированный на удовлетворение клиентов предоставленным им информационным продуктом;
- информационная технология — база для создания информационного продукта;
- информационный сервис — это предоставление услуг, связанных со сбором, хранением, преобразованием и распространением информации.

Сфера информационного бизнеса очень широка и включает в себя различные виды деятельности, которые напрямую или вторично связаны с информацией, ее накоплением, анализом и предоставлением другим. На сегодняшний день это налаженная сеть соединенных каналами связи информационных структур, производящих информационные продукты, предоставляющих услуги, обновляющих технологии и ресурсы различных видов и предоставляющих информационные сервисы, которые решают целый спектр различных человеческих потребностей. Ведь концепция информационного бизнеса, как и любого бизнеса, сконцентрирована на удовлетворении запросов клиентов, что соответствует тенденциям развития теории менеджмента: нужно производить не то, что компания может, а затем искать рынок сбыта товаров, а двигаться в обратном направлении — от запросов потенциальных потребителей к производству нужной им продукции [5].

Активное развитие цифровых технологий, сопровождаемое постоянным повышением производительности компьютерной техники и широким ее внедрением в деятельность организаций и физических лиц, привело к взрывному внедрению в повседневную жизнь общества электронных телекоммуникаций, прежде всего интернета, что подтолкнуло и активный рост информационных сервисов, а также видоизменило способы их поддержки и продвижения. Активно внедряясь в нашу жизнь, средства сервисной поддержки становятся все сложнее, но вместе с тем без них невозможно представить современную экономику, что ведет к необходимости повышения требований к знаниям, умениям и навыкам специалистов даже для тех профессий, для которых ранее это не было нужным [6]. Как пример можно привести работу специалистов по кадрам, которые еще 30 лет назад работали, применяя только бумагу и ручку либо пишущую машинку, при практически неизменном законодательстве в области кадрового учета — в настоящее же время от специалиста в этой отрасли требуют умения ориентироваться в постоянно меняющихся нормативно-правовых актах, знание сервисов кадрового электронного документооборота, умения оперативного составления и сдачи по электронно-телекоммуникационным каналам связи отчетности по сотрудникам компании. Так, по отдельным кадровым операциям отчеты подаются не позднее следующего рабочего дня после совершения операции. При этом активное внедрение сервисов дает возможность подрастающему поколению получать информацию гораздо быстрее, чем это было ранее, а значит, трудоспособное население со временем становится более подготовленным к работе в информационном обществе [9].

Информационные сервисы, внедренные в деятельность компаний, дают возможность дистанционного обслуживания, что позволяет совершать сделки в любой обстановке, тем самым для предоставляющих услугу дают возможность вести деятельность независимо от местоположения, а для клиентов — получать ее там, где им нужно в настоящий момент: фактически такие сервисы дают и покупателю, и продавцу свободу передвижения. Это повышает оперативность решения возникающих при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности проблем, ведет к повышению производительности труда и росту деловой активности компаний. Информация — это один из факторов производства, и грамотное его использование компаниями ведет к росту их выручки, прибыли и в итоге к росту эффективности бизнеса и, как следствие, развитию экономики страны.

Особенно актуально развитие информационных сервисов для организаций финансового сектора, где скорость проведения операций является конкурентным преимуществом перед другими фирмами. Внедрение информационных сервисов в деятельность дает весомые преимущества тем компаниям, которые сделают это первыми, так как у них есть возможность получить дополнительную прибыль [8]. Можно привести в пример «Тинькофф Банк», изначальная модель бизнеса которого практически полное дистанционное обслуживание,

что дало ему значительный импульс развития и в настоящее время он является одним из ведущих игроков в банковской сфере.

Информационные сервисы важны и при получении государственных услуг, проведении транзакций, обеспечении бизнес-процессов, мониторинге различных показателей, изменений нормативно-правовых актов. Обеспечение развития информационных технологий, продуктов, услуг, а также специалистов и технологических предприятий данной сферы с помощью государственных мер поддержки, развитых рыночных механизмов, при условии соблюдения баланса между сферами экономики, позволят обеспечить конкурентоспособность экономики страны и высокие показатели в достижении критериев отнесения к инновационной и цифровой экономике.

Список источников

1. Боев А. А. Информационное предпринимательство: понятие и содержание // Закон. Право. Государство. 2022. № 1 (33). С. 183–186.
2. Горохов Д. Н. Информационные сервисы в экономике и управлении // Наука и бизнес: пути развития. 2022. № 11 (17). С. 92–96.
3. Гуськов Ю. В., Гуськова Т. В. Цифровая экономика современной России как объект государственного, муниципального и корпоративного управления // Вестник МГПУ. Серия «Экономика». 2019. № 1 (19). С. 8–16.
4. Иваненко И. А. Тенденции использования информационных технологий банковскими учреждениями // Информационно-компьютерные технологии в экономике, образовании и социальной сфере. 2021. № 1 (31). С. 121–128.
5. Информационные системы в экономике: учеб. для вузов / В. Н. Волкова [и др.]; под ред. В. Н. Волковой, В. Н. Юрьева. М.: Юрайт, 2023. 402 с.
6. Исманжанов А. А. Правовое значение категории «Информационный продукт» в современном информационном законодательстве // Актуальные проблемы экономики и права. 2008. № 1. С. 158–164.
7. Карабанова О. В. Формирование компетенций финансовой и правовой грамотности технологических предпринимателей // Непрерывное образование в контексте Будущего: сб. науч. ст. по материалам IV Международной науч.-практ. конф., Москва, 21–22 апреля 2021 года. М.: Московский городской педагогический университет, А-Приор, 2021. С. 149–153.
8. Коробов А. А., Коробова А. А. Анализ и совершенствование продаж банковских продуктов и услуг // Вестник экономики, управления и права. 2023. Т. 16, № 1. С. 19–23.
9. Кучер Е. Н., Павлова С. Н. Современные информационные системы в финансово-кредитной сфере // Молодежь и научно-технический прогресс в современном мире: сб. материалов XI-й Всероссийской науч.-практ. конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Мирный, 07–08 апреля 2022 года / Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова. Мирный: Спутник+, 2022. С. 205–209.
10. Шинкарева О. В., Хаустова А. Е. Развитие автоматизированной информационной системы «Налог-3» // Трансформация национальной социально-экономической системы России: материалы I Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 30 ноября 2018 года. М.: Российский государственный университет правосудия, 2019. С. 559–564.

Referenses

1. Boer A. A. Information entrepreneurship: concept and content // Law. Right. State. 2022. № 1 (33). P. 183–186.
2. Gorokhov D. N. Information Services in Economics and Management // Science and Business: Development Paths. 2022. № 11 (17). P. 92–96.
3. Guskov Yu. V., Guskova T. V. The digital economy of modern Russia as an object of state, municipal and corporate governance // Bulletin of the Moscow State Pedagogical University. Series «Economics». 2019. № 1 (19). P. 8–16.
4. Ivanenko I. A. Trends in the use of information technologies by banking institutions // Information and computer technologies in economics, education and social sphere. 2021. № 1 (31). P. 121–128.
5. Information systems in economics: a textbook for universities / V. N. Volkova [et al.]; ed. by V. N. Volkova, V. N. Yuriev. Moscow: Yurite, 2023. 402 p.
6. Ismanzhanov A. A. Legal significance of “Information product” category in modern information legislation // Actual problems of economy and law. 2008. № 1. P. 158–164.
7. Karabanova O. V. Formation of competencies of financial and legal literacy of technological entrepreneurs // Continuing education in the context of the Future: Collection of scientific articles based on the materials of the IV International Scientific and Practical Conference, Moscow, April 21–22, 2021. Moscow: Moscow City University; A-Prior, 2021. P. 149–153.
8. Korobov A. A., Korobova A. A. Analysis and improvement of sales of banking products and services // Bulletin of Economics, Management and Law. 2023. Vol. 16, № 1. P. 19–23.
9. Kucher E. N., Pavlova S. N. Modern information systems in the financial and credit sphere // Youth and scientific and technological progress in the modern world: Collection of materials of the XI-th All-Russian Scientific and Practical Conference of Students, Graduate Students and Young Scientists, Mirny, April 07–08, 2022 / North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov. Mirny: Sputnik + Publishing House, 2022. P. 205–209.
10. Shinkareva O. V., Khaustova A. E. Development of the automated information system «Tax-3» // Transformation of the national socio-economic system of Russia: Materials of the I International Scientific and Practical Conference, Moscow, November 30, 2018. Moscow: Russian State University of Justice, 2019. S. 559–564.

Информация об авторах / Information about the authors

Шинкарёва Ольга Владимировна — кандидат экономических наук, доцент, доцент департамента экономики и управления Института экономики, управления и права Московского городского педагогического университета, Москва, Россия.

Shinkareva Olga Vladimirovna — PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management at the Institute of Economics, Management and Law, Moscow City University, Moscow, Russia.

shinkareva_ol@mail.ru

Карабанова Ольга Владимировна — кандидат экономических наук, доцент, доцент департамента экономики и управления института экономики, управления и права Московского городского педагогического университета, Москва, Россия.

Karabanova Olga Vladimirovna — PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management at the Institute of Economics, Management and Law, Moscow City University, Moscow, Russia.

karabanovaov@mgpu.ru

Колесникова Наталья Максимовна — младший специалист отдела управления информационных продуктов небанковской кредитной организации акционерного общества «Национальный расчетный депозитарий», Москва, Россия.

Kolesnikova Natalya Maksimovna — Associate Specialist of the Information Products Management Department, National Settlement Depository, Moscow, Russia.

nata-2003-kolesnikova@mail.ru