

СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Акрамова Гульнара Абдувахидовна

ТУИТ имени Мухаммада ал-Хорезми, старший преподаватель

Бабаханова Дильдора Рустамовна

ТУИТ имени Мухаммада ал-Хорезми, ассистент

Аннотация: В статье раскрыты понятия информационных продуктов и услуг, что в настоящее время бурное развитие компьютерной техники и информационных технологий послужило толчком к развитию общества, построенного на использовании различной информации, и получившего название информационного общества. Рынок информационных продуктов и услуг (информационный рынок) — система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.

Annotatsiya: Maqolada hozirgi vaqtda kompyuter texnologiyalari va axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi turli axborotlardan foydalanishga asoslangan jamiyat rivojlanishiga turtki bo'lib xizmat qilgan va axborot jamiyati deb ataladigan axborot mahsulotlari va xizmatlari tushunchalarini ochib beradi. Axborot mahsulotlari va xizmatlari bozori (axborot bozori) - intellektual mehnat mahsulotlarini tijorat asosida sotish bo'yicha iqtisodiy, huquqiy va tashkiliy munosabatlar tizimi.

Annotation: The article reveals the concepts of information products and services, which at present, the rapid development of computer technology and information technology has served as an impetus for the development of a society built on the use of various information, and called the information society. The market of information products and services (information market) is a system of economic, legal and organizational relations for the trade in products of intellectual labor on a commercial basis.

Ключевые слова: информационных продукт, торговля, рынок, информация, рыночный механизм, информационный ресурс, доступ, база, информационные исследования, программное обеспечение.

Бурное развитие компьютерной техники и информационных технологий послужило толчком к развитию общества, построенного на использовании различной информации, и получившего название информационного общества.

В информационном обществе изменится не только производство, но и весь уклад жизни, система ценностей, возрастет значимость культурного досуга по отношению к материальным ценностям.

В настоящее время все страны мира в той или иной степени осуществляют процесс информатизации. Неправильно выбранная стратегия информатизации или ее недостаточный динамизм и мобильность могут привести к существенным, а подчас драматическим изменениям во всех сферах жизни страны. Как известно, первая страна, которая начала информатизацию - это США. Другие промышленно развитые страны мира, поняв перспективность и неизбежность этого направления, достаточно быстро сориентировались и стали наращивать темпы внедрения компьютеров и средств телекоммуникаций.

Мировой рынок информационно-коммуникационной техники в последние десятилетия характеризуется рекордно высокими темпами роста. Мировой экспорт продукции ИКТ оказывает значительное влияние на совершенствование большинства товаров и услуг, особенно машин и оборудования. Рост масштабов использования ИКТ способствует оптимизации управления производством и эксплуатации различных устройств, а также ускорению обмена информацией. Растут потоки, связанные с информатизацией системы государственного управления, в обрабатывающей промышленности, где большая часть расходов идет на электронную автоматизацию производственных и управленческих процессов. Применение ИКТ сыграло важнейшую роль в улучшении процесса управления запасами, за счет чего существенно ослабили колебания экономической активности. Интенсивному росту объемов производства и международной торговли ИКТ на электронной основе с момента ее зарождения способствовало несколько факторов.

Например один из факторов - стремительное расширение спроса на ИКТ и его постоянная диверсификация (расширение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта, освоение новых видов производств с целью повышения эффективности производства). В процесс вовлекаются все новые группы пользователей. На начальных этапах развития отрасли основными потребителями были государственные учреждения, затем - крупные корпорации и домашние хозяйства.

Информационный ресурс как товар — это объект социально-экономических отношений, характеризующих процесс товарно-денежных отношений, осуществляемых в результате успешного завершения информационного производства. Под успешным завершением информационного производства подразумевается получение информационного продукта, способного донести до потребителя неизвестные ему полезные данные, то есть способного удовлетворять общественную потребность.

Информационные продукты в силу утраты новизны и актуальности имеют свойство со временем изнашиваться. Старение информационного ресурса в процессе его движения отнюдь не мешает ему быть товаром, более того, этим он даже не отличается от многих продуктов материального производства, которые также изменяются в процессе хранения, транспортировки и т. п.

Важная особенность информации как товара состоит в ее способности приносить пользу, функционально не связанную с затратами на ее производство. В традиционном производстве его объемы пропорциональны капитальным затратам, но индустрия информационного общества не подчиняется этому классическому постулату экономической теории.

Всякий информационный продукт – это в первую очередь информация, но не всякая информация – информационный продукт. Чтобы информация стала продуктом, она должна стать доступной конечному пользователю, для чего ее необходимо документировать и подготовить в соответствии с потребностями пользователя.

Информационная услуга – это услуга, удовлетворяющая информационные потребности пользователей путем доступа к информационным продуктам. Таким продуктом может быть книга (услуги библиотек), кинофильм (услуги кинотеатров), картина (услуги музеев). Широкий спектр информационных услуг осуществляется с помощью ПО.

Информационный рынок – это система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами, услугами и технологиями. Под экономическими отношениями здесь понимаются все отношения по купле-продаже информационных продуктов, услуг или их составляющих.

Как и при использовании традиционных видов ресурсов и продуктов, люди должны знать: где находятся информационные ресурсы, сколько они стоят, кто ими владеет, кто в них нуждается, насколько они доступны.

Ответы на эти вопросы можно получить, если существует рынок информационных продуктов и услуг.

Рынок информационных продуктов и услуг (информационный рынок) - система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.

Информационный рынок характеризуется определенной номенклатурой продуктов и услуг, условиями и механизмами их предоставления, ценами. В отличие от торговли обычными товарами, имеющими материально-вещественную форму, здесь в качестве предмета продажи или обмена выступают информационные системы, информационные технологии, лицензии, патенты,

товарные знаки, ноу-хау, инженерно-технические услуги, различного рода информация и прочие виды информационных ресурсов.

На наш взгляд, главным отличием информационного продукта от информационного ресурса является подготовленность (или неподготовленность) информации для конкретного потребителя. Вместе с этим хотелось бы выделить некоторые характеризующие особенности информационного продукта, имеющие теоретико-практическое значение:

1. Информационный продукт – это всегда результат труда, порождение или следствие обработки информационного ресурса. Информационный продукт создается в процессе творческой, производственной, аналитической, синтетической и иных полезных видов деятельности;

2. Информационный продукт может быть вовлечен по желанию собственника в экономический оборот, следствием чего может выступать, к примеру, переход права собственности; Информационный продукт всегда отвечает потребностям тех или иных потребителей. При создании продукта четко прослеживается идея, т. е. главный замысел, ради реализации которого и создается сам продукт;

Новые информационные технологии предполагают предоставление пользователю не только информационного продукта, но и средств доступа к нему (средств поиска, обработки, представления и т.п.). Эти средства позволяют пользователю не только визуализировать содержание компьютерных файлов, в которых воплощен информационный продукт, но и получить информацию в объеме и формате, которые релевантны именно его потребностям.

В идеальном случае средства доступа должны обеспечить поиск и представление информации, соответствующей потребностям пользователя, где бы она не находилась. Подобная возможность традиционно связывается с понятием информационная услуга.

Информационная услуга – получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов.

В узком смысле информационная услуга часто воспринимается как услуга, получаемая с помощью компьютеров, хотя на самом деле это понятие намного шире.

Исходя из возможных видов информационных продуктов, баз данных классификацию информационных ресурсов можно представить следующим образом (см. рисунок 1).

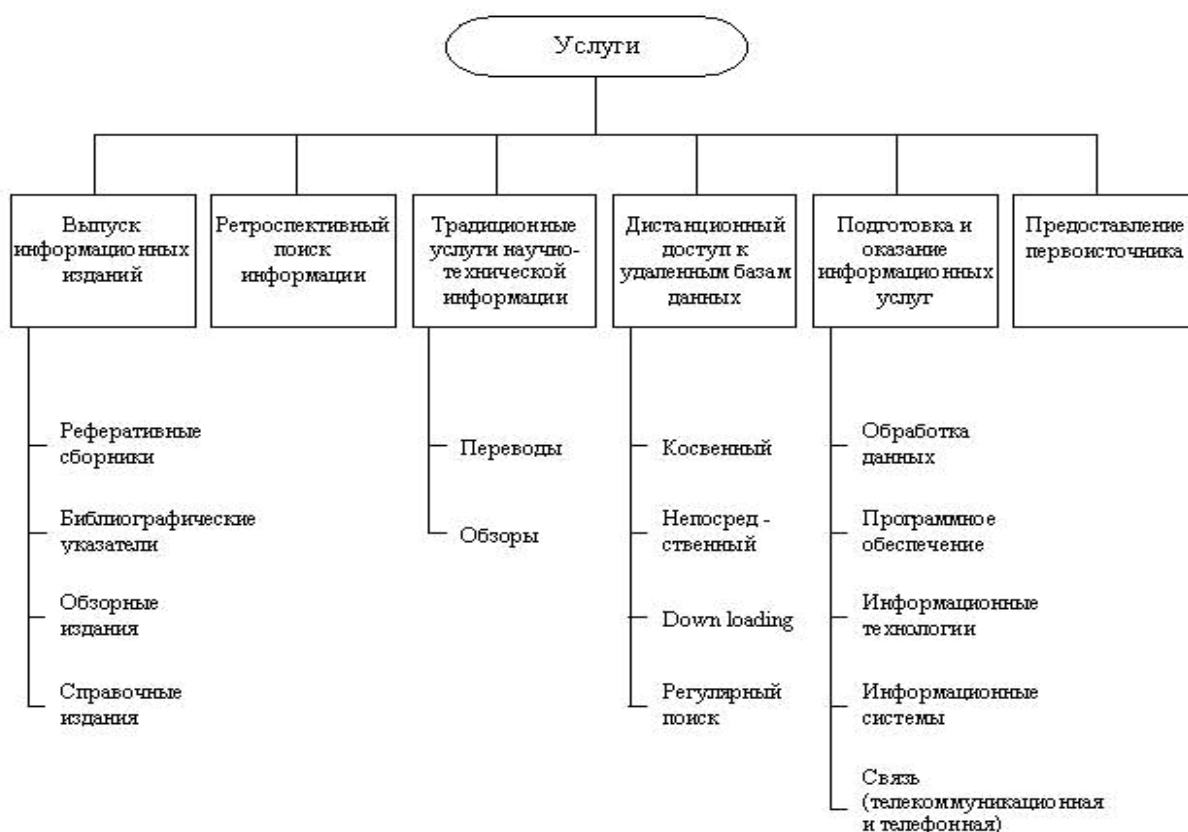


Рисунок 1. Основные виды информационных услуг.

Дистанционный доступ к удаленным базам данных организуется в компьютерной сети в диалоговом режиме. Популярность услуг дистанционного доступа к базам данных нарастает быстрыми темпами и опережает все виды других услуг благодаря: все большему числу пользователей, овладевших информационной технологией работы в коммуникационной среде компьютерных сетей; высокой оперативности предоставления услуг; возможности отказа от собственных информационных систем.

Традиционно основными пользователями услуг дистанционного доступа к базам данных являются организации. Однако за последние годы наметилась тенденция к существенному увеличению числа индивидуальных пользователей.

В основном эти услуги предоставляются специальными организациями. Дистанционный доступ к базам данных может быть предоставлен по подписке на основе абонементной платы или по договорам. Схема оплаты может быть разная, но в основном это почасовая оплата, зависящая от объема получаемой информации.

Услуги дистанционного доступа к базам данных можно классифицировать следующим образом:

1. Непосредственный доступ к базам данных может быть организован с локального места пользователя;
2. Косвенный доступ включает организацию обучения пользователей, выпуск бюллетеня новостей, организацию справочной службы, организацию встреч с

пользователем для выяснения интересующих его вопросов, рассылку вопросников пользователям;

3. Услуга Downloading позволяет загрузить результаты поиска в центральной базе данных в свой персональный компьютер для дальнейшего использования в качестве персональной базы данных;

Рынок информационных продуктов и услуг (информационные рынок) – система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.

Информационный рынок характеризуется определенной номенклатурой продуктов и услуг, условиями и механизмами их предоставления, ценами. В отличие от торговли обычными товарами, имеющими материально–вещественную форму, здесь в качестве предмета продажи или обмена выступают информационные системы, информационные технологии, лицензии, патенты, товарные знаки, ноу–хау, инженерно–технические услуги, различного рода информация и прочие виды информационных ресурсов.

Основным источником информации для информационного обслуживания в современном обществе являются базы данных. Они интегрируют в себе поставщиков и потребителей информационных услуг, связи и отношения между ними, порядок и условия продажи и покупки информационных услуг.

Информационный бизнес, ставший одним из наиболее прибыльных и перспективных, привлекает все больше и больше фирм. Информационные потребности разных уровней растут быстрыми темпами, что расширяет возможности информационного обмена, ведет к появлению все новых информационных продуктов, стимулирует развитие всех видов информационной деятельности.

Результатом информационной деятельности является информационный продукт, который предстает на рынке в виде информационных товаров и услуг. С другой стороны, существует множество информационных товаров и услуг, которые не являются результатом информационной деятельности. Это, прежде всего материальные компоненты, которые необходимы для производства, переработки, хранения и распространения информации.

Отметим основные особенности информационного продукта, которые кардинально отличают информацию от других товаров:

1. Информация не исчезает при потреблении, а может быть использована многократно. Информационный продукт сохраняет содержащуюся в нем информацию, независимо от того, сколько раз она была использована.

2. Информационный продукт со временем подвергается своеобразному «моральному износу». Информация может терять свою ценность по мере того, как предоставляемое ею знание перестает быть актуальным.

Итак, рынок информационных услуг - совокупность отношений между потребителями (товаропроизводителями) и субъектами предложения, включающих взаимодействия по поводу производства, приобретения, использования информации путем консультаций, образовательной, издательской, рекламной и правовой деятельности.



Рисунок 2. Шесть основных функции рынка информационных услуг.



Рисунок 3. Категории информации.

По мнению мировых ученых, широкое использование цифровых технологий в различных областях приведет к увеличению производительности труда, расширению удобств и возможностей, повышению качества продукции и услуг, экономическому росту.

Рынок информационных товаров и услуг является сегодня самым динамично развивающимся. Информационный бизнес, ставший одним из наиболее прибыльных и перспективных, привлекает все больше и больше фирм. Информационные потребности разных уровней растут быстрыми темпами, что расширяет возможности информационного обмена, ведет к появлению все новых информационных продуктов, стимулирует развитие всех видов информационной деятельности

Литература

1. Цымбал В. П. Информатика и индустрия информации / В. П. Цымбал. Киев: Выща школа, 1989. 160 с.

2. Василенко Л. А. Рынок информационных услуг: учебное пособие / Л. А. Василенко / Российская академия гос. службы при Президенте РФ. М: РАГС, 1996. 78 с.
3. Statistics and Market Data on IT Services // Statista [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.statista.com/markets/418/topic/483/it-services/>. – Date of access: 2.06.2020.
5. Корабейников, И.Н. Информационная услуга: понятие, особенности, качества / И.Н. Корабейников // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – № 8 (183). – С. 66–72.
6. Статья о тенденциях развития информационных продуктов и услуг на сайте studwood.ru.
7. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. №3, май-июнь, 2016 йил 5 www.iqtisodiyot.uz