

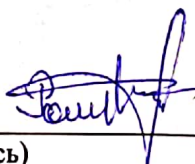
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Факультет управления и психологии  
Кафедра государственного и муниципального управления

КУРСОВАЯ РАБОТА

РЫНКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ И  
ИХ ФОРМИРОВАНИЕ В РОССИИ

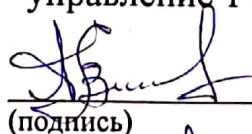
Работу выполнила

  
28.12.2018 А.Л. Романович  
(подпись)

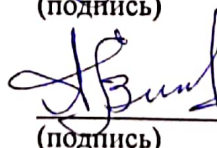
Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) Государственная политика и публичное  
управление 1 курс 3 группа

Научный руководитель  
канд. экон. наук, доцент

  
28.12.18 А.Н. Вальвашов  
(подпись)

Нормоконтролер  
канд. экон. наук, доцент

  
28.12.18 А.Н. Вальвашов  
(подпись)

Краснодар  
2018

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты функционирования рынка информационных и интеллектуальных услуг.....	6
1. Основные понятия.....	6
1	
1. Структура рынка информационных и интеллектуальных услуг..	7
2	
1. Функции рынка информационных и интеллектуальных услуг.....	16
3	
2 Анализ современного состояния рынка информационных и интеллектуальных услуг в России.....	23
2. Компоненты рынка российского рынка информационных и интеллектуальных услуг.....	23
1	
2. Место России на мировом информационном рынке.....	24
2	
3 Проблемы и перспективы развития российского рынка информационных и интеллектуальных услуг.....	26
3. Современные проблемы рынка информационных и интеллектуальных услуг.....	26
1	
3. Направления развития российского рынка информационных и интеллектуальных услуг.....	27
2	
Заключение.....	30
Список используемых источников.....	32

## ВВЕДЕНИЕ

Информационная революция, охватившая развитые страны мира в 1970-х годах, стала предпосылкой к началу информационной эпохи. Её итогом стало появление информационного общества и теорий его информационного развития, которые обобщили его черты.

Информационное общество является новой социальной реальностью. Именно поэтому теоретики подчеркивают его многогранность и кардинальные изменения, которые информационная революция внесла во все сферы жизни общества. Как правило, чаще всего выделяют несколько аспектов информационного общества: технологический, экономический, профессиональный, пространственный и культурный.

Технологический аспект связан с изменениями в производстве, хранении и передаче информации, произошедшими благодаря развитию компьютеров, снижению издержек в их производстве и их распространению во всех сферах жизни человека.

Экономический аспект обусловлен процессом "информационной экономики" или информационного сектора экономики. К этому сектору относятся следующие отрасли: образование, средства массовой информации, производство электронной техники, информационные услуги и другие виды деятельности, которые связаны с информацией, например научные исследования.

Профессиональный аспект информационного общества тесно связан с экономическим, так как он подчеркивает возрастающую долю людей, чья профессия связана с информационной работой.

Пространственный аспект выделяет возникновение информационных сетей, которые сильно изменили представления о взаимодействии между людьми в пространстве и времени.

Культурный аспект-это изменение повседневной жизни людей и их ценностей благодаря распространению информационных технологий. Современный человек уже не представляет свою жизнь без определенных

занятий и действий, возможных благодаря информационным технологиям и интернету.

Рассмотрим подробнее технологический и экономический аспекты, опираясь на теорию технологических укладов.

Понятие технологического уклада ввел в науку С. Глазьев. Технологический уклад-это группа технологических совокупностей, связанных друг с другом однотипными технологическими цепями и образующих воспроизводящиеся целостности. Глазьев и другие экономисты выделяют 5 технологических укладов (длинных циклов промышленности). Каждый такой цикл начинается с поступления инноваций к производителям. Однако существует также и шестой технологический уклад. Его ввел наш соотечественник, учёный-экономист Николай Дмитриевич Кондратьев. Но в России пока рано говорить об этом шестом технологическом укладе, так как доля технологий пятого уклада у нас составляет примерно 10%, и то, только в наиболее развитых отраслях. Именно благодаря этому можно увидеть всю сложность задачи, стоящей перед отечественной наукой и технологиями: войти в число государств с шестым технологическим укладом, переступив при этом пятый.

В связи с теоретической и практической точками зрения, актуальным является исследование сущности и природы рынка информации, его роли и места в общественном производстве, а также возможных способов стимулирования развития этого рынка в современной экономике России.

Цель курсовой работы – проанализировать рынок информационных и интеллектуальных услуг России, его формирование и перспективы развития.

Для осуществления поставленной цели следует решить несколько задач:

- проанализировать теоретические аспекты функционирования рынка информационных и интеллектуальных услуг;

- определить проблемы, мешающие дальнейшему развитию рынка в России и на международной арене;

– провести анализ нынешнего состояния рынка информационных и интеллектуальных услуг;

– дать оценку деятельности рынка информационных и интеллектуальных услуг России;

– обозначить направления развития российского рынка информационных и интеллектуальных услуг.

Объектом моего исследования является формирование, деятельность и условия существования рынка информационных и интеллектуальных услуг в экономике России. Предметом же выступил сам рынок данных услуг.

Структура курсовой работы состоит из введения, основной части, состоящей из трёх глав, заключения и списка используемой литературы. При написании работы были использованы материалы из учебной литературы, а также Интернет-ресурсы.

## 1. Теоретические аспекты рынка информационных и интеллектуальных услуг

### 1.1 Основные понятия

Стоит отметить, что понятия знание и информация являются сложными философскими категориями, которые применяются в различных научных сферах. И понятие информации в каждой из них рассматривается с разных сторон.

В федеральном законе "Об информации информационных технологиях и о защите информации" информация определяется как "сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления".

В 1973 г. А.Д. Урсул выдвинул следующее определение информации-отражение многообразия. Позже он уточнил свою концепцию об информации как передаче (отражении) разнообразия и начал рассматривать информацию как передающую часть, сторону отображения.

Если рассматривать информацию в экономической деятельности и ее влияние на экономические процессы и явления, наиболее подходящим является следующее определение информации: информация-это средство снижения неопределенности и риска, способствующая реализации определенных целей субъекта. Данное определение учитывает возможность информации уменьшать число каких-либо неопределенностей в отношении текущей ситуации и её будущих изменений.

Есть еще одно важное понятие-рынок информации, но для его объяснения обратимся к определению понятия рынок. С экономической точки зрения рынок-это абстрактное или реальное пространство, в котором взаимодействуют предложение и спрос на те или иные блага, а также способ этого взаимодействия. В данном случае в качестве блага выступает информация во всех её проявлениях.

Кроме этого важными понятиями являются понятия информатизации и информационных технологий.

Информатизация-это организационный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов.

Информационная технология-это совокупность процессов сбора, хранения, поиска, переработки данных для получения информации, а также преобразования, распространения и использования этой информации.

## 1.2 Структура рынка информационных и интеллектуальных услуг

Для функционирования любого рынка требуются определенные условия. Для рынка информационных услуг, то есть услуг, осуществляемых на основе знаний, общими условиями существования являются условия существования экономики знания. Другими словами, институциональная структура рынка информационных и интеллектуальных услуг тоже состоит из трех категорий институтов, составляющих институциональную систему новой экономики:

- правовое регулирование;
- хозяйствующие субъекты рынка;
- институционально определенные общественные механизмы. [1]

Так как рынок информационных и интеллектуальных услуг является новым и малоизученным, имеет смысл рассматривать институциональную структуру рынка сразу с двух подходов: трансформационного (эндогенные факторы) и транзакционного (экзогенные факторы). Совокупность данных экзогенных и эндогенных факторов будет близка и похожа на те, что имеют место быть при анализе экономики знаний.

Анализируя институциональную структуру рынка информационных и интеллектуальных услуг, нужно рассматривать не только уровень макроинститутов, но и мезо- и микроинститутов. Причиной этого является

то, что новые знания создаются и становятся интеллектуальной собственностью на всех уровнях, то есть от одного человека и до региона, страны или мировой экономики.

Кроме того, в институциональную структуру рынка информационных и интеллектуальных услуг должен войти научно-образовательно-культурный комплекс (НОКК).[2] Его структура состоит из следующих элементов:

- хранение и структуризация знаний;
- трансляция знаний;
- создание фундаментального знания;
- создание прикладного знания, новых технологий;
- трансфер знаний.

Поскольку институциональная структура рынка информационных и интеллектуальных услуг рассматривается в системе маркетинга, то стоит ввести факторы производства и потребления.

Производство услуг, как в целом, так и отдельно информационных и интеллектуальных, неотъемлемо от производителя и потребителя в наше время. Так же прекрасно видна принципиальная разница в заинтересованности сторон: производителя интересует процесс, а потребителя-результат оказания услуг.

Стоит заметить, что в доктринальной экономической модели спрос на товар (услугу) формируется за счет потребности в нем у субъекта потребления, когда на рынке информационных и интеллектуальных услуг возможность приобретения ограничивается способностью к восприятию этой услуги.[3] Именно поэтому стоит учитывать и внешние факторы, негативно сказывающиеся на потреблении этих услуг: платежеспособный спрос, потребности и способность к восприятию информационных и интеллектуальных услуг.

Тезисы, которые я упомянула выше, касающиеся институциональной структуры рынка информационных и интеллектуальных услуг, схематично отображены на рисунке ниже.



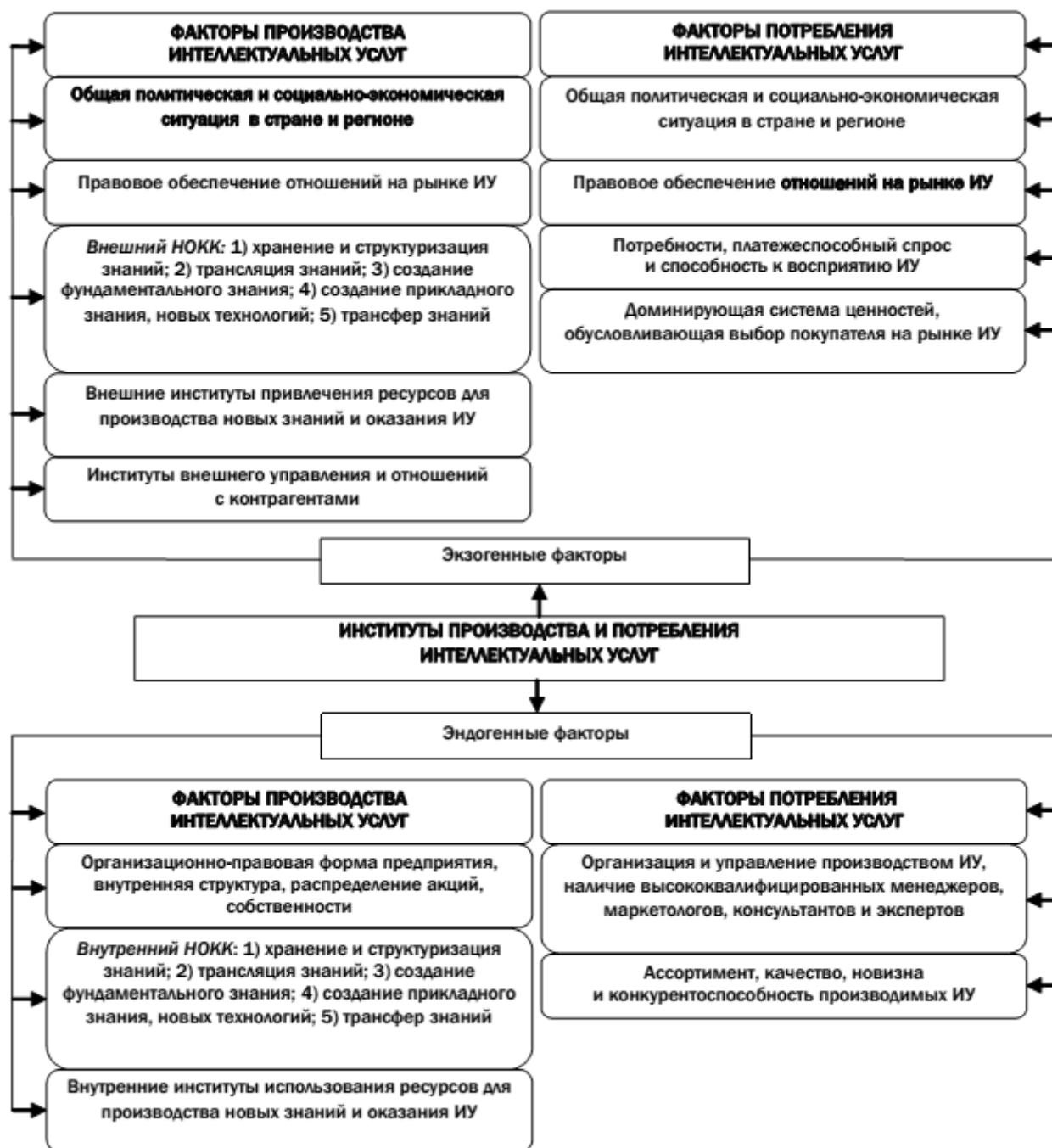


Рисунок - Концептуальная модель институциональной структуры рынка информационных и интеллектуальных услуг [4]

Изучая рынок информационных и интеллектуальных услуг можно заметить несколько подходов касательно структуры рынка. Специалисты ИСИЭЗ ГУ-ВШЭ выделяют десять видов различной деятельности в рамках рынка информационных и интеллектуальных услуг, где в основном представлены бизнес-услуги.[5] Если быть точной, то это сфера создания и распространения рекламы, маркетинговые, консалтинговые в области IT и

информационных технологий, консалтинговые в области аудита и по подбору персонала, в сфере инжиниринга, юридические, дизайнерские, риелторские, по финансовому консультированию и доверительному управлению. Кроме обычных бизнес услуг, к информационным и интеллектуальным услугам добавляется профессиональное образование, коммерциализация научной продукции, инфокоммуникационные услуги, оценка собственности и издательская деятельность.[6]

Подводя итог можно сказать, что нет единого подхода изучения структуры рынка информационных и интеллектуальных услуг. Именно поэтому я хочу предложить системное представление о структуре данного рынка, объединяющее мнения из многих источников и основывающееся на диалектических принципах (табл. 1).

Таблица 1. Структура рынка информационных и интеллектуальных услуг

№	Критерий структуризации	Характеристика критерия
I. общие критерии		
1.	Экономическое назначение объектов рыночных отношений.	Рынок услуг
2.	Товарные группы (или преобладающий вид деятельности).	<p>Рынки различных видов интеллектуальных услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-консалтинг административного управления;</li> <li>-маркетинговые исследования и консалтинг;</li> <li>-консалтинг в финансовом управлении;</li> <li>-консалтинг организации производства;</li> <li>-кадровый консалтинг;</li> <li>-менеджмент-консалтинг;</li> <li>-консалтинг в сфере информационных технологий;</li> <li>-специализированный консалтинг;</li> </ul>

№	Критерий структуризации	Характеристика критерия
		-услуги экспериментальных (научно-технических) разработок.
3.	По степени ограничения конкуренции.	Рынки: монопольные, олигопольные, межотраслевой конкуренции.
4.	Пространственный признак.	Рынки: глобальные, международные, внутриотраслевые, межрегиональные, региональные, локальные.
5.	Легитимность.	Рынки легальные (официальные) и нелегальные («теневые»).
6.	Временный фактор.	Рынки, ограниченные по времени обслуживания: -обслуживание потребителя по схеме 24/7; -обслуживание в определенные дни и часы.
7.	По видам субъектов рыночных отношений.	Рынки частных компаний и государственных закупок.
8.	По виду субъектов рыночных отношений.	Рынки производителей товаров (услуг), посредников, покупателей и потребителей.
<b>II. критерии, специфичные для рынка услуг</b>		
9.	Среднее количество сотрудников в компании.	Рынки производителей интеллектуальных и информационных услуг, состоящие из компаний: -нано-бизнес (1-4 чел.); -микро-бизнес (5-19 чел.); -мини-бизнес (от 20 до 50 чел.); -малый бизнес (от 51 до 90 чел.); -средний бизнес (100-150 чел.); -крупный бизнес (от 151 до 499 чел.); -макси-бизнес (от 500 до 999 чел.); -мега-бизнес (от 1000 до 4999 чел.); -гипер-бизнес (свыше 5000 чел.).
10.	По характеру	Рынки: продавцов услуг; продавцов услуг и

№	Критерий структуризации	Характеристика критерия
	сопровождения услуг.	сопутствующих продуктов, имеющих интеллектуальный характер
11.	Системы предоставления услуг.	Рынки физических каналов; электронных каналов.
12.	Разнообразие услуг, оказываемых компаниями.	<p>Рынки производителей разных видов услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-специализация на одном направлении деятельности;</li> <li>-выполнение от 2-х до 4-х видов деятельности;</li> <li>-оказание от 5 до 9-ти видов интеллектуальных и информационных услуг;</li> <li>-выполнение от 10 до 19-ти видов интеллектуальных и информационных услуг;</li> <li>-оказание свыше 20-ти видов интеллектуальных и информационных услуг.</li> </ul>
<b>III. критерии, специфичные для рынка информационных и интеллектуальных услуг</b>		
13.	Уровень стандартизации услуг.	<p>Рынки, ограниченные регламентами:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-наличие формальных процедур оказания интеллектуальных и информационных услуг, качество оказания которых регламентируется в законодательном порядке или профессиональными сообществами;</li> <li>-отсутствие каких бы то ни было регламентов.</li> </ul>
14.	Структура специалистов	Рынки производителей услуг:

№	Критерий структуризации	Характеристика критерия
	в компании.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-минимальный кадровый состав;</li> <li>-развитый перечень должностей;</li> <li>-сложная структура специалистов.</li> </ul>
15.	Характер организации продаж интеллектуальных и информационных услуг.	<p>Рынки, где продажи интеллектуальных и информационных услуг осуществляются следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-обычная рядовая продажа интеллектуальных и информационных услуг для одной или нескольких компаний;</li> <li>-последовательная продажа нескольких видов интеллектуальных и информационных услуг для одной или нескольких компаний;</li> <li>-комплексная продажа нескольких видов интеллектуальных и информационных услуг для одной или нескольких компаний;</li> <li>-абонементное обслуживание компаний на постоянной основе.</li> </ul>
16.	Характер оказания интеллектуальных и информационных услуг.	<p>Рынки, где оказание интеллектуальных и информационных услуг осуществляется следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-моно-фирмы для одной компании;</li> <li>-мульти-клиентские формы группе компаний;</li> <li>-мульти-спонсированные формы группе компаний.</li> </ul>
17.	Особенности	Рынки интеллектуальных и

№	Критерий структуризации	Характеристика критерия
	<p>продвижения интеллектуальных и информационных услуг.</p>	<p>информационных услуг, продвигаемые следующим способом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-на основе рекламы;</li> <li>-с использованием различных ресурсов и технологий сети Интернет;</li> <li>-личные продажи;</li> <li>-создание доверительных отношений с клиентами за счет специальных программ лояльности.</li> </ul>
18.	<p>Функции (роли) консультанта в компании, оказывающей интеллектуальные и информационные услуги.</p>	<p>диагностик, эксперт, аудитор, разработчик, идеолог, преподаватель, тренер, медиатор.</p>
19.	<p>Инструментарий, используемый для оказания интеллектуальных и информационных услуг.</p>	<p>сбор, обработка, анализ и интерпретация информации, моделирование и анализ, диагностика, расчеты, разработки (в том числе экспериментальные), документирование, информирование, обучение, переговоры.</p>
20.	<p>Тип отношений между «заказчиком» и «потребителем» интеллектуальных и информационных услуг.</p>	<p>рекомендации по конкретным изменениям; новые ценностные ориентации; решение проблем; новые методы совместного решения проблем.</p>
21.	<p>Соотношение и содержание элементов инновационной</p>	<p>-очень развитая ИИ; -развитая ИИ; -слабая ИИ.</p>

№	Критерий структуризации	Характеристика критерия
	инфраструктуры (ИИ).	
22.	Виды производимых эффектов.	-научно-технический; -экономический; -социально-демографический; -экологический; -политический.

Из таблицы 1 следует, что рынок информационных и интеллектуальных услуг можно разделить, как минимум, на 22 критерия:

- 7 признаков частного вида рынка;
- 5 признаков особенного вида рынка услуг;
- 10 признаков рынка информационных и интеллектуальных услуг как специфического вида.

### 1.3. функции рынка информационных и интеллектуальных услуг

В условиях рынка информационных и интеллектуальных услуг я хочу рассмотреть следующие его функции: информационная, посредническая, ценообразующая, регулирующая, оптимизирующая, saniрующая, социальная, стимулирующая. [7]

Информационная функция заключается в предоставлении субъектам рынка информации о количестве и качестве товаров и услуг, ассортименте и соотношении спроса и предложения на них.

Стоит отметить некоторые тенденции, показывающие уровень влияния данной функции на современное общество:

Прежде всего, в современном мире информационная функция рынка является важнейшим ресурсом. Это видно по ежегодному увеличению количества отраслей, предоставляющих возможность создания, распространения и использование информации по всему миру.

Не менее важным является то, что информационная функция рынка становится обособленной и трансформируется в «информационный рынок», «информационный сектор экономики» и «информационную сферу». Это прекрасно видно по росту сети Интернет.[8]

Кроме того, информационная сфера активно влияет на экономическую, политическую и оборонную безопасность России, так как является системообразующим фактором общества. [9]

И наконец, стоит отметить, что информационная функция рынка становится инновационной информационной инфраструктурой, которая самостоятельно создает новые рынки и новую информацию и является одним из основных условий конкурентоспособности как целых стран, так и отдельных предприятий. [10] Благодаря этому каждый год появляются и успешно существуют все новые виды интеллектуальных услуг, отвечающие временным требованиям и желаниям потенциальных потребителей.

Посредническая функция заключается в том, что рынок выступает посредником между производителем, продавцом и потребителем товаров и услуг. В условиях рынка информационных и интеллектуальных услуг посредническая функция проявляется следующим образом:

- распределение данных, находящихся в информационной базе субъекта рынка, то есть обеспечение информационных связей и дальнейшее распространение этих результатов для осуществления продаж, составления планов и стимулирования сбыта;

- установление официальных контактов и проведение переговоров с целью достижения согласования в отношении цены и условия передачи прав собственности или владения интеллектуальным продуктом;

- формирование ассортимента путем сортирования продуктов на стандартные пакеты и креативные, творческие продукты, согласование требований сторон относительно качества и количества ассортимента информационных и интеллектуальных услуг;



-хранение (согласование требований по месту и времени хранения интеллектуальных продуктов);

-транспортирование (согласование требований к месту и способу продажи интеллектуальных продуктов);

-финансирование (осуществление финансового обеспечения функционирования распределения интеллектуальных услуг и интеллектуальных продуктов);

-осознание рисков (принятие рисков, вызванных транспортировкой, хранением, продажами и финансированием);

-покупки и продажи (передача юридических прав собственности на результаты информационных и интеллектуальных услуг, которыми являются интеллектуальные продукты).

Ценообразующая функция. Именно рынок устанавливает равновесные цены на товары и услуги, при условии, что платежеспособный спрос соответствует объему предложения. Но так как характерная составляющая рынка информационных и интеллектуальных услуг - инновации, имеет место предположение, что ценообразование на этом рынке будет носить скачкообразный характер при переходе от старого знания к современному. Именно поэтому цена зависит как от качества продаваемых продуктов, так и от нематериальных факторов (доверие клиента, репутация, повторные транзакции). Стоит отметить, что зависимость от последних факторов является критической. Ниже представлены девять специфических факторов рынка информационных и интеллектуальных услуг, влияющие на его ценообразование (табл. 2).

Таблица 2. Девять факторов ценообразования на рынке информационных и интеллектуальных услуг [11]

№ п/п	Наименование фактора	Характеристика фактора и специфика его влияния
1.	Характер конкуренции.	Цены выше предельных издержек, поскольку конкуренция идет за новизну и качество содержания интеллектуального продукта и информации.
2.	Качество товара.	Качество ИУ очень сильно персонифицировано.
3.	Характер отношения к одному и тому же роду товара (услуги).	Частичная неоднородность, которая проявляется в том, что можно выполнить ИУ частично, чтобы затем продать весь комплекс услуг.
4.	Зависимость от репутации, повторных транзакций и доверия у клиента.	Экстремальная: если один клиент недоволен, то об этом быстро узнают другие, и новый клиент не придет.
5.	Осязаемость продукта.	Относительная неосязаемость, поскольку можно ознакомить клиента с демонстрационными версиями интеллектуального продукта.
6.	Целостность продукта.	ИУ – как процесс передачи знания или интеллектуальный продукт – может быть незавершенной и оказанной частично.
7.	Сохранность свойств до и после потребления продукта	Процесс ИУ не подлежит хранению, а результат ИУ – это интеллектуальный продукт, который не исчезает после получения (производства) и может храниться до и после потребления
8.	Самостоятельность существования продукта.	Некоторые виды ИУ не могут существовать отдельно от производителя и потребителя (консалтинг), а другие могут (результаты НИОКР, интеллектуальный продукт).
9.	Возможность копирования продукта.	Можно продать максимальное количество «копий» отдельных интеллектуальных продуктов, а также – стандартизированных видов ИУ.

Регулирующая функция. Равновесия на рынке можно достичь только при согласовании интересов производителя, покупателя и продавца товаров и услуг. Но не стоит забывать, что для любого рынка характерна высокая степень неопределенности, так как каждый участник сделки принимает решения, относящиеся к спросу и предложению, исходя из собственной выгоды. Поэтому качество принимаемого решения зависит непосредственно от количества располагаемой информации. Чтобы избежать различных ошибок, нужно получить нужное количество качественной информации до начала действия. На рынках с недостатком информации появляются посредники, которые продают ее, так как информация является дорогим благом. Из всего вышесказанного следует, что регулирующая функция рынка информационных и интеллектуальных услуг заключается в сборе, обработке, накоплении, дозировании и комплектации пакетов информации с целью согласования спроса и предложения между производителем, потребителем и продавцом.

Оптимизирующая функция. В общем виде рынок стимулирует производителей создавать необходимые для общества экономические блага и оптимальной эффективностью, другими словами с максимальным эффектом и минимальными затратами. Но чтобы оценить эффективность рынка информационных и интеллектуальных услуг нужно располагать

определенными показателями оценки или индикаторами, такими как показатели экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов. Но не все классические показатели могут быть критериями эффективности. Допустим классический показатель «возврат от инвестиций» [12] не подходит к рынку информационных и интеллектуальных услуг из-за нематериальности его предметов. Именно поэтому оценка экономической эффективности деятельности субъектов должна отличаться от других отраслей и учитывать знания данного экономического фактора. [13]

Из всего вышесказанного следует, что оптимизирующая функция рынка информационных и интеллектуальных услуг проявляется в стимулировании производителей создавать необходимые обществу знания, которые позволят получать прибыль от операций над ними, то есть получать экономические блага с оптимальной эффективностью.

Санирующая функция заключается в создании конкурентной среды для укрепления конкурентоспособности конкретного хозяйствующего субъекта. Вследствие этого стоит выделить следующие факторы, проявляющиеся как санирующая функция на рынке информационных и интеллектуальных услуг.



Рисунок - Факторы конкурентоспособности компаний на рынке информационных и интеллектуальных услуг [14]

Для того, чтобы избавить рынок информационных и интеллектуальных услуг от неконкурентных производителей и продавцов, то есть реализовать санирующую функцию, нужно принять следующие меры:

- создание профессиональных объединений производителей информационных и интеллектуальных услуг, позволяющих определить компетенцию консультанта и его ответственности;
- внедрение системы стандартизации и сертификации качества информационных и интеллектуальных услуг;
- разработка профессиональных стандартов качества информационных и интеллектуальных услуг.

Социальная функция рынка заключается в регулирование отношений между людьми, участвующими в обмене товаров и услуг, и предоставление условий для роста трудовой активности всех граждан. Для рынка

информационных и интеллектуальных услуг эта функция реализуется в следующих направлениях:

-появление основной производительной силы-«работников знаний». Эти специалисты в совершенстве владеют собственными индивидуальными средствами производства, присущими только им и не существующими без них (инициатива, интеллект, личный опыт, память, знания);

-предоставление условий для потребления и производства новых видов знаний во время функционирования хозяйствующих субъектов, перераспределение и обмен информации между ними;

-переход личного, скрытого знания отдельных производителей информационных и интеллектуальных услуг во всеобщее пользование, посредством опубликования и патентования результатов научной деятельности;

-возможность достижения более высокого уровня жизни для всех социальных групп населения благодаря увеличению реальных доходов и их покупательной способности;

-появление заинтересованности всех сотрудников в достижении наилучших экономических результатов;

-возможность воспроизводства высокоинтеллектуальной рабочей силы с более возрастающими способностями к творческому труду.

Стимулирующая функция. Стоит отметить, что в своем общем виде рынок стимулирует развитие научно-технического прогресса (НТП) в обществе, так как подталкивает производителей и продавцов товаров и услуг создавать для потребителя новые потребности и предлагать ему новые товары и услуги. Рассматривая рынок информационных и интеллектуальных услуг нельзя забывать о двух важных вещах:

- 1) реализация технологической функции, благодаря которой происходит стимулирование развития НТП и экономический рост в обществе из-за разработки и внедрения инновационных технологий;

2) предоставление условий для роста уровня образования у населения и формирование их духовных традиций (партнерство, справедливость, самореализация).

Таким образом, можно сказать, что рынок информационных и интеллектуальных услуг является особым сектором экономики, производящим и управляющим знаниями. Помимо этого он является одной из основных движущих сил инновационного развития общества и увеличивает ценность знаний в национальном продукте.

## 2. Анализ современного состояния рынка информационных и интеллектуальных услуг в России

### 2.1 Компоненты рынка информационных и интеллектуальных услуг

Рынок информационных и интеллектуальных товаров и услуг в России состоит из следующих элементов:

1. техническо-технологическая система (современное аппаратное и программное обеспечение, средства хранения, сети передачи информации и ее обработки);
2. нормативно-правовая система (совокупность нормативно-правовых актов, которые законодательно регулируют функционирование информационного рынка);
3. информационная система (используется для предоставления потребителям информационной продукции, используя специальные справочно-навигационные инструменты поиска необходимой информации);
4. организационно-управленческая система (механизмы государственного регулирования отношений между производителями, продавцами и потребителями информационно-коммуникационных товаров и услуг).

Значительную часть рынка информационных и интеллектуальных услуг занимает оборудование, хотя и теряет свои позиции из-за падения спроса на персональные компьютеры и серверы. Все больше отдается предпочтение мобильным устройствам, смартфонам, планшетам. Продажи компьютеров в России уменьшаются из-за роста популярности смартфонов. Компьютеры в основном приобретает коммерческий сектор. [15]

Так же в состав рынка информационных технологий входят: [16]

1. оборудование (серверы, персональные компьютеры и планшеты; периферийные устройства (принтеры и мониторы); системы хранения

данных; телекоммуникационное оборудование: мобильные телефоны и смартфоны и др.);

2. программное обеспечение (инфраструктурные программные комплексы, инструменты разработки, реализация компьютерных и мобильных приложений, сами приложения);

3. информационно-технологические услуги (предоставление некоторой совокупности технических и организационных решений, обеспечивающих поддержку одной или нескольких бизнес-функций потребителей).

## 2.2 Место России на мировом информационном рынке

В последнее время часть компьютерных и информационных услуг на внешних рынках значительно возросла.

Проанализировав схему, представленную ниже, можно с уверенностью говорить о повышении значимости экспорта компьютерных и информационных услуг, а так же о снижении влияния импорта. При условии, что Россия является нетто-импортером информационных и интеллектуальных услуг, сальдо внешнеторговых операций сокращается.

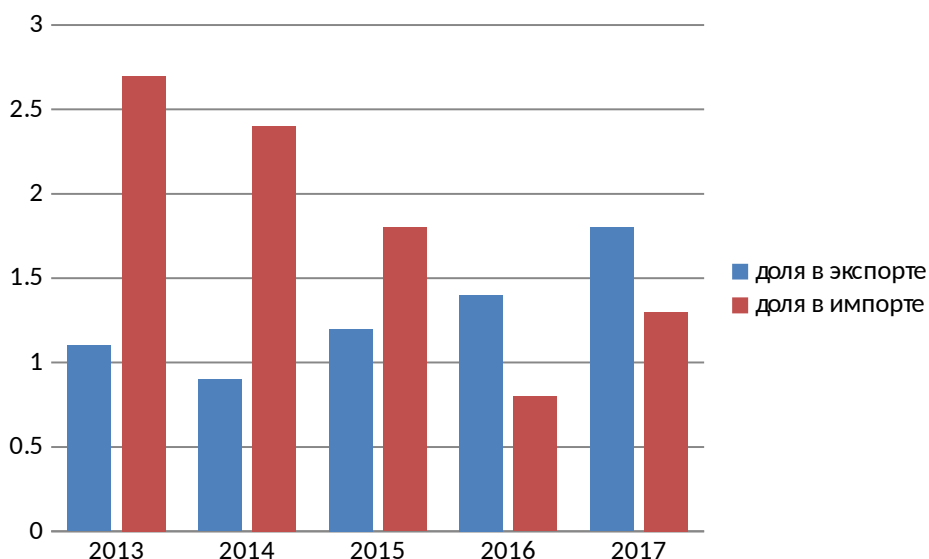


Рисунок 3. Доля внешней торговли компьютерными и информационными услугами в структуре торговли информационными и интеллектуальными услугами



Постоянное увеличение объемов экспорта информационных и интеллектуальных услуг и небольшое сокращение импорта служит доказательством того, что Россия становится более конкурентоспособным поставщиком высоких технологий на мировой рынок. США и страны Евросоюза являются основными партнерами во внешней торговле на рынке информационных и интеллектуальных услуг. Технологическая сфера России расширяется, что прекрасно отражает создание учебных и исследовательских центров и планирование увеличений объемов капиталовложений в эту сферу.

Анализ внешней торговли России в сфере информационных и интеллектуальных услуг показал, что при сохранении подобных темпов развития отрасли, Россия вскоре может стать одним из ведущих поставщиков на данном мировом рынке и успешно конкурировать на рынках как дальнего, так и ближнего зарубежья.

### 3. Проблемы и перспективы развития российского рынка информационных и интеллектуальных услуг

#### 3.1 современные проблемы рынка информационных и интеллектуальных услуг

Рынок информационных и интеллектуальных услуг является новой развивающейся отраслью, поэтому он имеет некоторые проблемы и недостатки. Я бы хотела назвать некоторые из них:

Одним из таких негативных факторов является слабая диверсификация экономики России, из-за которой происходит сильная зависимость от энергетического сектора. Так как в последние несколько лет происходит снижение цен на энергоносители и ощущается некое давление со стороны Запада, непостоянность рынка все время растет, и это является причиной сложности его восстановления. Из-за этого темп роста российской экономики уменьшается, а национальная валюта слабеет. Это является причиной роста инфляции и увеличения стоимости зарубежной продукции, что существенно тормозит развитие рынка информационных и интеллектуальных услуг.

Так же негативным фактором развития всего рынка является слабая эффективность крупных государственных информационно-технологических проектов. Низкий уровень качества совместной работы властей негативно сказывается на стоимости информационных и интеллектуальных проектов, а именно является причиной её роста. Кроме того, это может послужить причиной увеличения сроков их исполнения.

Помимо вышеперечисленных проблем, на стабильную деятельность рынка информационных и интеллектуальных услуг негативно может сказываться так называемая смена эпох. Сейчас все еще актуальны такие приспособления, как сетевые адаптеры, принтеры, корпоративные базы данных, серверы. Но также происходит активное внедрение новых

технологий, которые меняют модель потребления. Это IT-мобильность, «облако» как хранитель данных, SocialBusiness (схемы развития бизнеса в социальных сетях), BigData (инструменты по обработке больших массивов неструктурированных и структурированных данных) и многое другое. Именно их появление на рынке информационных и интеллектуальных услуг могут вызвать колебание спроса. [17]

Несмотря на то, что рынок информационных и интеллектуальных услуг очень важен в науке и на практике, его исследования довольно неоднозначны. Это можно объяснить с помощью следующих причин:

1. исследовательский аппарат теоретической экономики направлен в основном на изучение производственного (индустриального) сектора, из-за исторических традиций экономического анализа;

2. недостаточно развитая практическая база исследования рынка информационных и интеллектуальных услуг;

3. традиционные методы исследования не подходят для данного сектора, так как он имеет особенную специфику интеллектуальных услуг.

### 3.2 направления развития российского рынка информационных и интеллектуальных услуг

В общем можно выделить следующие направления развития рынка информационных и интеллектуальных услуг:

- стимулирование создания рынка информационных технологий за счет увеличения закупок со стороны органов власти на всех уровнях;

- ограничение на применение нелицензионных программных обеспечений во всех организациях;

- улучшение компьютерного оснащения, телекоммуникационного оборудования в государственных и учебных заведениях;

- снижение тарифов для подключения к сети Интернет с целью расширения спектра возможностей.

Сейчас происходит активное увеличение силы влияния рынка информационных и интеллектуальных услуг в России, поэтому следует подробнее рассмотреть направления его развития.

Стоит отметить, что сильно возросло влияние сети Интернет на нашу повседневную жизнь, так как все большее количество услуг оказываются онлайн, то есть без использования материальных носителей информации (прекрасным примером являются электронные банковские карты). Эти достижения не должны становиться пределом развития. Чтобы этого избежать, необходимо постоянно стимулировать внутренний спрос на информационные и интеллектуальные услуги российского рынка. Этому поспособствует распространение базовых навыков использования информационных технологий, оказание государственных услуг в электронном виде, совершенствование отечественного производства информационного оборудования, создание суперкомпьютеров.

Необходимо создавать наилучшие условия для общей, совместной работы государственных органов и учреждений с частными поставщиками, инвесторами. Кроме того, нужно стимулировать развитие телекоммуникационной инфраструктуры. Результатом данных действий послужит как рост ВВП России, так и увеличение рынка информационных и интеллектуальных услуг, что поспособствует его выходу на международный уровень.

Также произойдет увеличение числа изобретений в сферах информационных и интеллектуальных услуг и коммуникационных услуг.

Налаживание партнерства с западными лидерами по производству и предоставлению информационных и интеллектуальных услуг, предоставление технического доступа к массовым цифровым услугам, развитие инновационных мультимедийных услуг, предоставление поддержки для создания необходимых проектов в области телекоммуникаций и цифровой среде со стороны правительственных и частных инвесторов

помогут России занять ведущие позиции на мировом рынке информационных и интеллектуальных услуг.

Важными задачами является: обеспечение среднего темпа увеличения информационных отраслей на таком уровне, который будет больше среднего темпа роста ВВП; уменьшение уровня зависимости от экспорта сырья; увеличение количества высокотехнологичных рабочих мест.

Из данной главы можно понять, что дальнейшее существование российского рынка информационных и интеллектуальных услуг будет зависеть от совокупности некоторых тенденций, как местных, так и мировых. Сюда относятся внедрение различных информационно-технологических систем в бизнес, повышение спроса на сервисы сети Интернет, автоматизация государственного сектора.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире происходит активное формирование информационного общества, основными составляющими которого являются: нормативно-правовое обеспечение, информационные инструменты и программные средства, информационно-коммуникационная инфраструктура и организационно-управленческая система. [18]

Сейчас основными направлениями применения информационно-коммуникационных технологий является научно-исследовательская, обзорно-аналитическая и консалтинговая деятельность больших информационных компаний, обладающими собственными индивидуальными встроенными в структуру организации банками данных.

Хотя сейчас в отрасли имеет место быть кризис, экспорт программного обеспечения и информационно-технологических услуг из России стремительно увеличивается. Его объемы выросли с 2,8 млрд. долларов в 2009 г. до 6 млрд. долларов в 2014 г., а по итогам 2015 г. увеличились еще на 16 % и достигли 7 млрд. долларов. Все более востребованы становятся российские информационно-технологические продукты на мировом рынке в сфере информационной безопасности, системы документооборота, мобильные приложения, получает развитие заказная разработка продукции в соответствии с требованиями определенных компаний. Примером этого является российская компания KasperskyLab, которая входит в первую тройку ведущих мировых производителей антивирусных программ по некоторым пунктам. Так же и на нашем отечественном рынке информационно-технологических компаний преимущество отдается российским компаниям.

Стоит заметить, что у развития рынка информационных и интеллектуальных услуг в России есть ряд особенностей, связанные с неравномерностью распространения этого процесса по регионам, что в

дальнейшем начнет сглаживаться благодаря стабилизации уровня развития между регионами инновационными лидерами и отстающими. К этому можно прийти только благодаря целенаправленной научно-технологической политики государства в формировании инфраструктуры информационных и интеллектуальных услуг, субсидирования информационно-технологических компаний, увеличение количества и повышения качества подготовки высококвалифицированных IT-специалистов и увеличении размеров инвестиций в основной капитал организаций сектора информационных и интеллектуальных услуг.

Подводя итог и проанализировав все вышесказанное, можно сказать, что информационные и интеллектуальные услуги в наше время являются практически основными движущими силами всемирного рынка, поскольку они принимают участие во всех действиях, совершаемых людьми в его условиях. Бесполезно отрицать, что они значительно облегчили жизнь каждого. Стоит отметить, что каждая страна сейчас старается повысить качество и улучшить производство технологий. Сфера информационных и интеллектуальных услуг стала самой перспективной и прибыльной, что может обеспечить продолжительный рост экономики и как следствие благополучную жизнь граждан страны. Многие аналитики придерживаются позиции, что рынок информационных и интеллектуальных услуг будет развиваться, пока у него будет поддержка со стороны государства и постоянно увеличивающийся спрос. И не стоит исключать вариант того, что в скором времени Россия может не просто активно и успешно конкурировать с другими странами-лидерами в этой сфере, но и монополизировать данный вид производства товаров и услуг.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдрахманова, Г. И. // Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, Г.Г. Ковалева.- М.: Информационное общество: тенденции развития в субъектах Российской Федерации : стат. сб. / Высш. шк. экономики, 2015. 160 с.
2. Шарманов, А.С. Эволюция разделения труда в экономике знаний/ А.С. Шарманов.-Я.: автореф. дис. к.э.н. 2008. - 174 с.
3. Березин, И. // И. Березин, М. Дорошенко. - М.: Богатство России интеллектом прирастать будет! Маркетинг PRO. № 10. Октябрь 2007. - С. 8.
4. Добрынин, А.И. // А.И. Добрынин, Л.С. Тарасевич. – СПб.: Экономическая теория 3-е изд. Изд-во СПбГУЭФ, Питер, 2002.
5. Березин, И. // И. Березин, М. Дорошенко. - М.: Богатство России интеллектом прирастать будет! Маркетинг PRO. № 10. Октябрь 2007. - С. 8.
6. Забродин, А.Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе/ А.Ю. Забродин. – М.: Экономика, 2008. - 635 с.
7. Рыночный механизм и элементы его функционирования// [электронный ресурс]// <http://aseu.narod.ru/lekt/oet/osnov06.htm> ( дата обращения 25.12.2018)
8. Васенина, А.Н. Информационная функция современного российского государства/ А.Н. Васенина. –НН.: Автореф. дис.к.ю.нС. 4-5.
9. Васенина, А.Н. Информационная функция современного российского государства/ А.Н. Васенина. –НН.: Автореф. дис.к.ю.нС. 4-5.
10. Татаркин, А.И. // А.И. Татаркин, Е.В. Пилипенко. –ЕКБ.: Экономика знаний: проблемы теории и методологии. Институт экономики УрО РАН, 2007. С. 192.
11. Добрынин, А.И. // А.И. Добрынин, Л.С. Тарасевич. – СПб.: Экономическая теория 3-е изд. Изд-во СПбГУЭФ, Питер, 2002.
12. Другое название термина "Return on investment" - ROI.



- 13.Черняк, Л.Управление знаниями и информационные технологии/ Л. Черняк.- М.:Откр. системы. 2000. № 10. С. 74-77.
- 14.Добрынин, А.И.// А.И. Добрынин, Л.С. Тарасевич. – СПб.: Экономическая теория 3-е изд.Изд-во СПбГУЭФ, Питер, 2002.
15. IDC представляет первую часть ежегодного исследования российского рынка ИТ-услуг.// [электронный ресурс]// <http://idcrussia.com/ru/aboutidc/press-center/64854-press-release> ( дата обращения 25.12.2018)
- 16.Радчук, В. А.Роль рынка информационных услуг в развитии социальноэкономических систем/ В.А. РадчукБизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2012. № 1. С. 318–319.
- 17.Колесов, А.Forrester: российский рынок ИТ-облаков растет и будет расти/ А. Колесов PC Week. 2017. № 5 (926). С. 6–8.
- 18.Семина, И. А.// И.А. Семина ,А.М. Носонов, Н.Д. Куликов (и др.). – С.:Территориальная организация третичного сектора экономики : монография под ред. А. М. Носонова, И. А. Семиной. Изд-во Мордов. ун-та, 2017. 208 с.