Сущность и виды информационно-коммуникационных услуг, потребляемых производственными организациями

Зайнутдинов Билял Ильдусович
аспирант, кафедра муниципального менеджмента, Казанский государственный архитектурно-строительный университет, zainutdinov.b@inbox.ru

В статье представлено уточненное автором определение содержания информационно-коммуникационных услуг, потребляемых организациями, как экономического понятия. Информационно-коммуникационные услуги, потребляемые организации, в соответствии с предлагаемым подходом, представляют собой сервисы, обеспечивающие интенсивность и результативность процесса цифровой трансформации субъекта хозяйствования, и (или) процессы оперативных и безопасных коммуникаций с внешними клиентами и контрагентами, в т.ч. факторами и инфраструктурными организациями – субъектами виртуальных рынков (товаров, труда, капитала, аутсорсинга, краудсорсинга, консалтинга, информации и др.), использование которых ориентировано на обеспечение устойчивого роста конкурентоспособности, финансово-экономической эффективности и, в конечном итоге, стоимости организации – потребителя. Дополнена классификация информационно-коммуникационных услуг, потребляемых производственными организациями, по ряду значимых экономических и управленческих признаков. Посредством корреляционного анализа укрупненно оценена эффективность потребления информационно-коммуникационных услуг организациями промышленности РФ в 2016 - 2025 гг.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, информационно-коммуникационные услуги, цифровые сервисы, цифровые платформы, производственные организации, экономическая эффективность.

Введение

Эффективность развития современных производственных организаций любой отрасли экономики непосредственно зависит от характера потребления информационно-коммуникационных услуг. Так, в 2025 г. емкость мирового рынка информационно-коммуникационных услуг для организаций составила 7,4 трлн. долл. [9, с.112]. В экономике РФ темп роста емкости данного сегмента IT-рынка составил 227,4% за 2020 - 2025 гг. [2, с.379].

Цель статьи состоит в уточнении определения и дополнении классификации видов информационно-коммуникационных услуг, потребляемых производственными организациями. Задачами статьи являются:

- уточнение содержания экономического понятия “информационно-коммуникационные услуги”;
- дополнение классификации видов информационно-коммуникационных услуг;
- укрупненная оценка эффективности потребления информационно-коммуникационных услуг в промышленности РФ (2016 - 2025 гг.).

Основная часть

В специальной литературе представлены различные подходы к пониманию сущности информационно-коммуникационных услуг. Так, Н.А. Сафиуллин сводит содержание данной группы услуг к сервисам, ориентированным на совершенствование цифровых платформ и цифровых активов [4, с.265]. М.М. Шакиров акцентирует внимание на процессах цифровой конвергенции, как значимом факторе оказания информационно-коммуникационных услуг [6, с.318], Е.В. Вагель исследует особенности развития информационно-коммуникационных услуг, потребляемых организациями, через призму эволюции сетей, обеспечивающих процессы цифровизации экономики [1, с.39].

Информационно-коммуникационные услуги, потребляемые организации, в соответствии с уточненным автором определением, представляют собой сервисы, обеспечивающие интенсивность и результативность процесса цифровой трансформации субъекта хозяйствования, и (или) процессы оперативных и безопасных коммуникаций с внешними клиентами и контрагентами, в т.ч. факторами и инфраструктурными организациями – субъектами виртуальных рынков (товаров, труда, капитала, аутсорсинга, краудсорсинга, консалтинга, информации и др.), использование которых ориентировано на обеспечение устойчивого роста конкурентоспособности, финансово-экономической эффективности и, в конечном итоге, стоимости организации – потребителя.

Как показано на рисунке 1, в 2016 - 2025 гг. доля информационно-коммуникационных услуг в структуре потребления платных услуг организациями промышленности РФ увеличилась достаточно существенно, на 10,8 %. При этом, одним из основных факторов роста рассматриваемого показателя в начале 2020 гг. являлось увеличение услуг, обеспечивающих для отечественных промышленных организаций процессы удаленной занятости персонала и реализацию механизмов интернет-аутсорсинга бизнес-процессов.

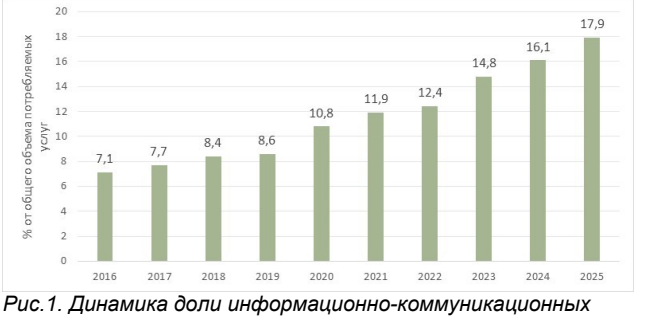


Рис.1. Динамика доли информационно-коммуникационных услуг в общей структуре потребляемых организациями промышленности Российской Федерации услуг [3, с.427], %

В специальной литературе недостаточно проработан вопрос классификации видов информационно-коммуникационных услуг, потребляемых организациями. Для восполнения данного теоретико-методического пробела нами предлагается дополненная классификация видов такого рода услуг (таблица 1).

Как показано в таблице 1, нами предлагается дифференцировать потребляемые производственными организациями информационно-коммуникационные услуги по признаку содержательной конгруэнтности - соответствия параметров различных услуг такого рода. Например, содержательно неконгруэнтными являются услуги бирж криптоактивов по вопросу осуществления ICO производственных организаций и услуги внешних краудинвестинговых платформ, если подобные информационно-коммуникационные услуги осуществляются в различные сроки, без согласования маркетинговых

стратегий привлечения ресурсов, не обеспечивают необходимую для организации мобилизацию капитала на виртуальных рынках. Содержательно неконгруэнтными являются информационно-коммуникационные услуги, потребляемые производственными организациями, если такого рода услуги базируются на использовании различных операционных систем: например, MSWindows и Linux.

Качество цифровой трансформации производственных организаций непосредственно зависит и от легальности потребления информационно-коммуникационных услуг. Традиционно подобные услуги дифференцируются на потребляемые легально и контрафактно [5, с.118]. На наш взгляд, в зависимости от данного классификационного признака целесообразно также выделять информационно-коммуникационные услуги, потребляемые на основе неформальных договоренностей между разработчиками и организациями производственного сектора. Потребление подобных услуг не нарушает права правообладателей, однако создает дополнительные проблемы в случаях модернизации ПО, формируемого посредством такого рода услуг, пролонгации соглашений по вопросам поставки информационно-коммуникационных услуг.

Таблица 1
Классификация видов информационно-коммуникационных услуг (ИКУ), потребляемых производственными организациями

Признаки	Виды информационно-коммуникационных услуг
Функционал ИКУ	- услуги по разработке ПО для организации и его последующему совершенствованию; - услуги виртуального консультирования; - услуги технической поддержки организации для клиентов; - услуги интернет-аутсорсинга; - краудсорсинговые услуги; - услуги SMM-маркетинга; - услуги SEO-оптимизации и др.
Источник финансирования потребления ИКУ	- ИКУ, финансируемые за счет собственных средств экономической системы; - информационно-коммуникационные услуги, финансируемые за счет привлеченных ресурсов (в т.ч. государственного или муниципального дотирования); - ИКУ, финансируемые на основании комбинирования ресурсов из различных источников.
Периодичность оказания ИКУ	- ИКУ разового характера; - периодически оказываемые ИКУ; - ИКУ, оказываемые организации на постоянной основе.
Учет факторов импортозамещения и импортонезависимости в процессе потребления ИКУ	- ИКУ импортного производства; - ИКУ, соответствующие принципам импортозамещения в сфере потребления IT-технологий, систем, платформ; - ИКУ, формируемые и реализуемые в соответствии с приоритетами обеспечения импортонезависимости национальной экономики.
Внутренняя конгруэнтность ИКУ	- содержательно системно внутренне конгруэнтные ИКУ; - фрагментарно внутренне конгруэтные ИКУ; - содержательно неконгруэнтные ИКУ.
Интеграция ИКУ с цифровой платформой организации	- ИКУ, оказываемые посредством цифровой платформы; - ИКУ, оказываемые автономно, но функционально интегрированные с цифровой платформой; - ИКУ, существующие в качестве самостоятельных модулей, полностью автономных от действующей цифровой платформы организации.
Легальность потребления ИКУ	- легально потребляемые ИКУ; - ИКУ, потребляемые контрафактно; - ИКУ, оказываемые разработчиками на основе неформальных договоренностей с организацией-потребителем
Фактический социальный эффект от оказания ИКУ	- социально-эффективные ИКУ; - социально-деструктивные ИКУ.

Источник:(дополнено автором исследования на основании информации, представленной в [7], [8] в части классификационных признаков 4-8)

В специальной литературе недостаточное внимание уделяется социальному аспекту оказания организациям информационно-коммуникационных услуг. Социально-деструктивными являются информационно-коммуникационные услуги, содержащие фейковую информацию (например, при заказе отзывов об организации или ее продуктах внешним исполнителям), включающие технологии этически некорректного манипулирования (например, при модерировании групп организации в социальных сетях) и др. Подобные услуги могут генерировать краткосрочный положительный эффект; в долгосрочном периоде интенсивное потребление и (или) создание социально-деструктивных информационно-коммуникационных услуг может привести к существенному ущербу для репутации организации производственного сектора.

Таким образом, автором расширена классификация видов информационно-коммуникационных услуг для организаций производственного сектора по таким признакам, как учет факторов импортозамещения и импортонезависимости в процессе потребления информационно-коммуникационных услуг, содержательная конгруэнтность элементов подобных услуг, степень интеграции информационно-коммуникационных услуг с цифровой платформой организации, легальность потребления и социальный эффект информационно-коммуникационных услуг.

Для укрупненной оценки эффективности предоставления информационно-коммуникационных услуг организациям промышленности РФ использован инструментарий корреляционно-регрессионного анализа.

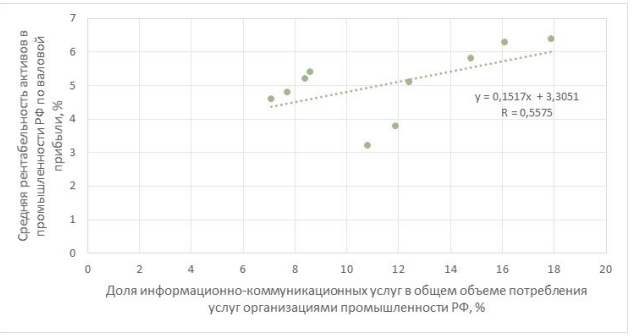


Рис. 2. Экономико-статистическая функция влияния доли потребляемых информационно-коммуникационных услуг на среднюю рентабельность активов в промышленности Российской Федерации (2016 - 2025 гг.)
Источник: составлено автором

Как показано на рисунке 2, доля информационно-коммуникационных услуг в общей структуре потребления услуг организациями промышленности Российской Федерации оказывала в 2016 - 2025 гг. хотя и прямое, но отличающее низким уровнем эластичности и недостаточной статистической устойчивостью влияние на динамику средней рентабельности активов рассматриваемой группы субъектов хозяйствования. По нашему мнению, основными причинами такого рода неэластичного влияния являются распространенные в промышленности Российской Федерации факты завышения смет на цели приобретения различных видов информационно-коммуникационных услуг, а также определенная переоценка менеджментом ряда промышленных организаций потенциальной эффективности достаточно дорогостоящих услуг, основанных на применении макротехнологии ИИ.

Заключение

Таким образом, автором уточнена и дополнена классификация видов информационно-коммуникационных услуг, потребляемых производственными организациями. При прочих равных условиях, наиболее предпочтительными для потребления современными организациями являются содержательно внутренне сбалансированные, интегрированные с внешними цифровыми сервисами или являющиеся элементом цифровой платформы информационно-коммуникационные услуги. Широкая дифференциация информационно-коммуникационных услуг позволяет обеспечить комплексную минимизацию угроз, вытекающих из интенсивной цифровой трансформации деятельности современных организаций.

Значимым направлением развития исследований автора является разработка индивидуальных KPI для каждого из выделенных видов информационно-коммуникационных услуг, потребляемых производственными организациями. Кроме того, актуальной представляется разработка общих критериев эффективности потребления организациями информационно-коммуникационных услуг и включение данного блока показателей в состав ССП (Balanced Scorecard), используемой многими производственными организациями в качестве комплексного инструмента оценки эффективности развития.

Литература

1. Вагель Е.В. Совершенствование организационно-экономического механизма сферы информационно-коммуникационных услуг в современных условиях: Дисс. к.э.н. - Спб., 2012. - 188 с.
2. Российская экономика: проблемы и перспективы. – М.: Из-во Института экономической политики, 2026. – 568 с.
3. Российский статистический ежегодник. – М.: Из-во Федеральные службы государственной статистики, 2023.
4. Сафиуллин Н.А. Развитие рынка информационно-коммуникационных услуг в условиях цифровизации микробизнеса // Russian Journal of Management. 2025. Т.13. №3. С.264 - 272.
5. Фиоктистов К.С. Содержание и особенности развития сферы информационно-коммуникационных услуг в современной экономике // Время и деньги. 2025. №1. С.117-121.

6. Шакиров М.М. Конвергенция как механизм формирования и развития информационно-коммуникационных услуг // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №4. С.317 - 321.
7. Dimaggio P. The Twenty-First-Century Firm: Changing Economic Organization in International Perspective. Princeton: Princeton University Press, 2023. - 232 p.
8. Johannison B., Kwiatkowsky S., Danridge T.C. Intellectual interpreneurship. – Emerging identity in a learning perspective, 2011. - 312 p.
9. World Annual Report, NY, 2026. - 614 p.

The essence and types of information and communication services consumed by manufacturing organizations

Zaynutdinov B.I.
Kazan State University of Architecture and Engineering

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

The article presents the definition of the content of information and communication services consumed by organizations as an economic concept, clarified by the author. Information and communication services consumed by an organization, in accordance with the proposed approach, are services that ensure the intensity and effectiveness of the digital transformation process of a business entity, and (or) the processes of operational and secure communications with external clients and counterparties, including actors and infrastructure organizations are subjects of virtual markets (goods, labor, capital, outsourcing, crowdsourcing, consulting, information, etc.), the use of which is focused on ensuring sustainable growth in competitiveness, financial and economic efficiency and, ultimately, the value of the consumer organization. The classification of information and communication services consumed by manufacturing organizations has been supplemented according to a number of significant economic and managerial characteristics. Through correlation analysis, the efficiency of information and communication services consumption by industrial organizations of the Russian Federation in 2016-2025 has been comprehensively assessed.

Keywords: digitalization, digital transformation, information and communication services, digital services, digital platforms, production organizations, economic efficiency.

References

1. Vogel E.V. Improvement of the Organizational and Economic Mechanism of the Information and Communication Services Sector in Modern Conditions: Dissertation for the Candidate of Economic Sciences Degree. St. Petersburg, 2012. - 188 p.
2. Russian Economy: Problems and Prospects. Moscow: Institute of Economic Policy, 2026. - 568 p.
3. Russian Statistical Yearbook. Moscow: Publishing House of the Federal State Statistics Service, 2023.
4. Safiullin N.A. Development of the information and communication services market in the context of digitalization of microbusiness // Russian Journal of Management. 2025. Vol.13. No. 3. pp.264 - 272.
5. Fioktistov K.S. The content and features of the development of information and communication services in the modern economy // Time and money. 2025. No. 1. pp.117-121.
6. Shakirov M.M. Convergence as a mechanism for the formation and development of information and communication services // Bulletin of Kazan Technological University. 2013. No. 4. Pp. 317 - 321.
7. Dimaggio P. The Twenty-First-Century Firm: Changing Economic Organization in International Perspective. Princeton: Princeton University Press, 2023. - 232 p.
8. Johannison B., Kwiatkowsky S., Danridge T.C. Intellectual interpreneurship. – Emerging identity in a learning perspective, 2011. - 312 p.
9. World Annual Report, NY, 2026. - 614 p.