

Ежова Лариса Сергеевна, старший преподаватель кафедры маркетинг
Пермский государственный национальный исследовательский университет

Чипчикова Руслана Борисовна, студентка 5 курса
направления «Экономическая безопасность»

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Барышникова Алена Юрьевна, студентка 5 курса
направления «Экономическая безопасность»

Пермский государственный национальный исследовательский университет

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ КАК ОБЪЕКТ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация: в данной статье было исследовано понятие «информационных потребностей». Анализ потребностей в информационных ресурсах на предприятиях должен учитывать не только показатели потребления информации, но и показатели «базовой» деятельности, на основе которой эти потребности формируются.

Ключевые слова: информация, информационные ресурсы, информационный запрос, информационный интерес.

Abstract: in this article, the concept of "information needs" was explored. The analysis of information resources needs in enterprises should take into account not only the information consumption indicators, but also the indicators of the "basic" activity on the basis of which these needs are formed.

Key words: information, information resources, information request, information interest.

В современных условиях одним из основных принципов производства человеческих благ является максимальное удовлетворение потребностей. Для выполнения данной задачи немаловажным фактором является наличие качественной маркетинговой информации, которая имеет высокое значение для государственных, муниципальных и коммерческих структур.

Потребности как один из основных факторов поведения экономических субъектов являются одной из фундаментальных категорий экономической науки. Согласно классической теории Ф.Котлера, потребность – это нужда, принявшая специфическую форму, в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида [1]. Другими словами, потребность – это нужда, принявшая специфическую форму, в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

Специалист в области информатики и теории социальных коммуникаций А. В. Соколов характеризует потребности как «интегральное свойство» не только индивида, но и социальных групп и общества в целом, «пронизывая» экономические, социально-культурные, социально-психологические уровни общественного бытия. Потребности – это функциональное свойство живых систем активно реагировать на рассогласование (дисбаланс) между возникшими и нормальными внешними и внутренними условиями их жизнедеятельности [2].

Любая потребность обладает определенными особенностями, к ним относятся:

1. конкретный содержательный характер потребности, связанной обычно или с предметом, которым стремятся обладать люди, или с какой-либо деятельностью, которая должна доставить человеку удовлетворение;
2. осознание данной потребности, сопровождаемое характерными эмоциональными состояниями;
3. наличие часто слабо осознаваемого, но всегда присутствующего эмоционального - волевого состояния, ориентирующего на поиск возможных путей удовлетворения потребностей;

4. повторное возникновение потребности, при возникновении нужды.

По мере прогрессивного развития общества растут и потребности его членов. Производители со своей стороны предпринимают целенаправленные действия для стимулирования желания обладать товарами или услугами.

Существует несколько теорий формирования потребностей. Универсальной и базовой теорией потребностей является теория А. Маслоу. Все другие подходы являются доработкой данной теории и не выходят за рамки классического подхода к исследованию потребностей. Маслоу попытался объяснить, почему в разное время людьми движут разные потребности. По его мнению, человеческие потребности располагаются в порядке иерархической значимости. Разработанная Маслоу иерархия, представлена на рисунке ниже (Рисунок 1).

Суть данной концепции заключается в том, что человек стремится удовлетворить в первую очередь самые важные потребности. Потребности более высокой ступени возникают и начинают выступать мотивирующим фактором, если удовлетворены хотя бы частично потребности предыдущей ступени.



Рисунок 1 – Пирамида потребностей Маслоу.

Применение любой теории на практике требует тщательного изучения не только внешней среды, на базе которой она будет разворачиваться, но и

внутренней среды. Для изучения потребностей необходимо учитывать множество факторов:

1. внешние факторы, которые отражают реальные социально-экономические условия, которые обуславливают возникновение потребностей;
2. жизненная позиция личности, которая формирует потребности ценностные ориентации и установки;
3. базисные характеристики личности, зависящие от временных фаз и состояний ее жизненного цикла;
4. интеллектуальный потенциал, функциональные способности и энергетические возможности личности;
5. качественные характеристики производственно-нормативных условий труда;
6. ситуативные обстоятельства и явления, имеющие разовую природу (например: военные действия, климатические бедствия и пр.)

Особым видом потребностей являются потребности в информационных ресурсах, однако рассмотренные теории могут быть применены в сфере информационного обеспечения предприятий.

Информация как ресурс играла важную роль на протяжении всей истории развития человеческого общества наряду с другими экономическими ресурсами – трудовыми, природными и капитальными. Информационные ресурсы на современном этапе развития является одним из факторов производства, поэтому изучение информационных потребностей является важным для социально-экономического развития населения, предприятий и отраслей и страны в целом.

В данной статье под информационными ресурсами понимается информация, накапливаемая в процессе развития науки и в практической деятельности людей, а также программные средства для ее обработки, которая может быть использована в общественном производстве и управлении как фактор увеличения объема производства и повышения его эффективности.

При исследовании потребностей в информационных ресурсах следует учитывать, что данная потребность формируется вследствие появления чувства нехватки чего-то и стремления выполнить эту нехватку. У пользователей информационных ресурсов существуют представления, о том, какая информация необходима на основе уже существующих знаний об условиях деятельности, то есть информационного потенциала [3]. В научной литературе потребности в информационных ресурсах разделяют на органическую, духовную и профессиональную:

1. органическую (биогенную) потребность живых существ в притоке сенсорной информации, которая нужна им так же, как обмен веществом и энергией;
2. духовную потребность человека (коллектива, общества) в социальной информации (социально - информационная потребность);
3. профессиональную потребность в научно-технической информации, присущую ученым и специалистам [2].

Другое определение информационной потребности – это необходимость своевременного получения релевантной информации в соответствии с характером и целями выполняемой работы [4].

Понятие «информационная потребность» связано с такими понятиями, как «информационный интерес», «информационный запрос» [5].

Информационный интерес, как и информационный запрос, являются выражением информационных потребностей, активной формой их существования. Информационный запрос представляет ту необходимую информацию, которая в данный момент человеку неизвестна, но нужна для устранения проблемной ситуации, возникшей в его деятельности. Формулируя запрос, человек исходит лишь из представлений о своей информационной потребности. Однако запрос не может возникнуть без знания о сути необходимо ему информации. При рассмотрении информационных потребностей организации следует отметить, что информационные запросы являются параметром оперативного управления организации и нацелены на

оперативную деятельность. Информационный интерес проявляется на стадии информационно-потребительской деятельности. Информационный интерес формирует деятельность человека по формированию информационной потребности. Информационный интерес имеет избирательное отношение – осуществляется поиск только той информации, которая способна удовлетворить возникшую потребность, что связано со спецификой предметной деятельности. При исследовании предприятий информационный интерес является параметром тактического управления и позволяет прогнозировать информационные потребности на краткосрочную перспективу.

Помимо информационных интересов и информационных запросов, Т. Н. Ананьева в своей работе [6] также выделяет специальные требования, или специальные запросы, которые формирует руководство организации. Специальные запросы являются параметром стратегического управления и позволяют прогнозировать информационные потребности на краткосрочную перспективу (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Пирамида, характеризующая степень удовлетворения информационных потребностей различных уровней управления.

Для изучения потребностей в информационных ресурсах необходимо понимать, на основании какого механизма формируются эти потребности. Согласно работам Д. Я. Коготкова [5], информационная потребность

появляется в результате деятельности – производство, управление, исследование и пр. Такая деятельность называется «базовой».

Развитие и усложнение базовой деятельности, в том числе и в результате потребления информации, вновь ведет к возникновению у человека потребности в информации, и цикл повторяется, но уже на качественном уровне (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Механизм формирования информационных потребностей.

Согласно рассмотренному механизму формирования информационных потребностей объектами изучения выступают два вида деятельности – «базовая» и информационно-потребительская. В «базовой» деятельности объектами исследования являются сам процесс деятельности, ее результаты, мнения субъектов о содержании деятельности. В процессе изучения «базовой деятельности» выявляются различные факторы и условия, которые обуславливают формирование информационных потребностей, но не являются ими.

Изучение базовой деятельности позволяет в определенных пределах прогнозировать, какая информация может потребоваться субъекту для успешного осуществления деятельности. Однако, велика вероятность

ошибочных прогнозов, поскольку само предприятие, базовая деятельность которого изучается, не может точно определить, какая информация ему нужна.

Таким образом, при изучении потребностей в информационных ресурсах использование классической теории потребностей Маслоу, учет особенностей информационных ресурсов и определение понятия и механизмов формирования информационных потребностей в целом позволит выработать подход, который позволит прогнозировать потребности в информационных ресурсах.

Большое значение приобретает изучение «базовой» деятельности, которая и порождает информационные потребности, поскольку позволяет предвидеть их возникновение с некоторой степенью точности.

Достижению большей степени точности может в известной мере способствовать знакомство с директивными материалами, относящимися к данной сфере деятельности, прогнозами и планами той организации, где работают потребители, информационные потребности которых изучаются.

Поскольку велика вероятность ошибочных прогнозов на основе изучения только базовой деятельности, анализу должны подвергаться поведение потребителей информации, мнение по поводу качества их информационного обслуживания, прямые и косвенные свидетельства о предшествующей информационно-потребительской деятельности.

Следует также учитывать, что информационные потребности возникают лишь в ходе процесса познания, осуществляемого человеком и зависящего от его информационного потенциала и возможностей.

Библиографический список:

1. Ф. Котлер. Основы маркетинга Краткий курс пер. с англ. – М Издательский дом «Вильямс», 2007 – 656 с.
2. А. В. Соколов. Информационный ресурс как основа создания инновационной экономики. Проблемы современной экономики. Новосибирск. 2011. № 4-1. С.233-237.

3. А. Б. Анисифоров, Л. О. Анисифорова, В. Н. Волкова. Прикладная информатика: справочник: учеб. пособие/П75 Под ред. В. Н.Волковой и В. Н. Юрьева. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2008. – 768 с.

4. Т. Н. Харьбина, Н. А. Слащева, Ю. В. Мохначева. Комплексная методика изучения информационных потребностей пользователей/ Т. Н. Харьбина, Н. А. Слащева, Ю. В. Мохначева// Научные и технические библиотеки: Сборник по вопросам теории и практики библиотечного дела. – 2008. - № 4. - с. 62-71.

5. Д. Я. Коготков. Библиографическая деятельность библиотеки: организация, управление, технология: Учебник / Коготков Д. Я.; науч. Ред. Д-р пед. наук Г. В. Михеева; под общ. Ред. Д-ра пед. Наук О. П. Коршунова. – Спб.: Профессия, 2003. – 304 с.

6. Т. Н. Ананьева, А. И. Ткалич. Информационный консалтинг. Учебное пособие.. Экономика, 2006. – 208 с.