

# ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

---

УДК 338.46  
ББК 65.206.1

**Н. В. ПОЛЯКОВА**

*доктор экономических наук, профессор,  
Байкальский государственный университет экономики и права*

**В. В. ПОЛЯКОВ**

*кандидат экономических наук, доцент,  
Байкальский государственный университет экономики и права*

**А. А. ОБУХОВА**

*Байкальский государственный университет экономики и права*

## ИТ-УСЛУГА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, СВОЙСТВА, СТРУКТУРА\*

---

Проблемы и особенности производства ИТ-услуг как практические, так и научные еще недостаточно изучены, несмотря на высокую актуальность применения современных информационных технологий предприятиями. В статье рассмотрены свойства и определение ИТ-услуги, ее структура на основе положений теории услуг и следующей трактовки ценности от потребления этой услуги: наличие информации, достаточной (по количеству и качеству) для решения бизнес-задач предприятия по обеспечению эффективности, безопасности и бесперебойности деятельности. Производство ИТ-услуги трактуется как сложный процесс, осуществляемый, чаще всего, несколькими участниками, среди которых: вендор (разработчик программного обеспечения — ПО); дистрибьютор (ИТ-компания, обеспечивающая доставку оборудования или носителя ПО реселлеру, а также сервис); реселлер (ИТ-компания, осуществляющая установку оборудования или носителя ПО потребителю, а также сервис); предприятие-потребитель (рассматривается в качестве сопроизводителя ИТ-услуги). В соответствии с таким подходом предложена новая интерпретация структуры ИТ-услуги как совокупности взаимосвязанных этапов и работ сопроизводителей; выявлена специфика реселлера, которая заключается в том, что только на этапе совместной работы реселлера и потребителя окончательно формируется ИТ-услуга, результат которой и удовлетворяет потребности предприятия.

*Ключевые слова:* ИТ-услуга; определение и свойства ИТ-услуги; процесс производства ИТ-услуги.

---

**N. V. POLYAKOVA**

*Doctor habil. (Economics), Professor,  
Baikal State University of Economics and Law*

**V. V. POLYAKOV**

*PhD in Economics, Associate Professor,  
Baikal State University of Economics and Law*

**A. A. OBUKHOVA**

*Baikal State University of Economics and Law*

## IT-SERVICES: DEFINITION, PROPERTIES, STRUCTURE

---

Application of information technologies (IT) is extremely important for the modern companies. However, problems and features of IT services production, both practical and scientific, are not sufficiently studied yet. The definition of IT service and its characteristics, its structure based on provisions of the theory of services and the treatment of value from consumption of this service, namely existence of information sufficient (by quantity and quality) for the solution of business challenges of the enterprise on ensuring efficiency, safety and uninterrupted operation of activity, are considered in article.

Production of IT service is treated as a difficult process which is carried out, as a rule, by several participants, among which can be a vendor (a.k.a. a software developer); a distributor (an IT company which ensures delivery of the equipment or the software carrier to the reseller and also its maintenance); a reseller (an IT company which carries out installation of the equipment or

---

\* Работа выполнена при финансовой поддержке проекта ФБ-150 «Методология развития вуза в условиях реформирования системы образования» (номер регистрации в ФГНУ ЦИТиС 01201356931).

the software carrier to the consumer as well as its maintenance); an enterprise consumer (which is considered as a producer of IT services).

A new interpretation of structure of IT service assets of the interconnected stages and works of producers is offered in accordance with the above-mentioned approach. Some specific features of the reseller, which are stipulated by the situation when the IT services can be formed only at the stage of collaboration between the reseller and the consumer, are revealed. The output of produced IT-services is expected to satisfy the requirements of an enterprise.

*Keywords:* IT service; definition and characteristics of IT service; process of production of IT service.

ИТ-отрасль способствует увеличению производительности компаний и снижению транзакционных издержек [1, с. 17–18, 25; 7, с. 35]. В настоящее время содержание и процесс производства ИТ-услуг является недостаточно изученными, а определение «ИТ-услуга» требует уточнения. Целью настоящей статьи является формирование определения ИТ-услуги, отражающего ее специфику.

Понятие «ИТ-услуга» включает в себя определение информационных технологий (ИТ), которое отражает специфику производства услуги.

По мнению Т. Николевой, ИТ — комплекс взаимосвязанных и взаимозависимых технологий, при помощи которых осуществляется информационное производство и взаимодействие между различными секторами национальных и мирового хозяйств. ИТ образуют технологическую базу информационного производства [5, с. 7].

У специалистов отрасли производства ИТ-услуг наиболее распространено определение ИТ как автоматизированных способов работы с данными. ИТ обеспечивают сбор, обработку, анализ, передачу и хранение массивов информации в цифровом формате, представляют собой результаты творческой деятельности.

Трехсегментная структура сектора ИТ сформировалась эволюционным путем и включает:

– компьютерное оборудование (IT hardware): персональные компьютеры, серверы, рабочие станции, оборудование передачи данных, принтеры;

– программное обеспечение (Software) (ПО), в том числе системное и прикладное;

– компьютерные услуги (IT services): консалтинговые услуги в области ИТ, внедрение ИТ, поддержка ИТ, текущее управление компьютерным оборудованием и ПО, тренинг и обучение в области использования ИТ [1, с. 19–20].

Большинство авторов относят компьютерное оборудование и ПО к товарам, а ИТ-услугами считают только компьютерные услуги [2, с. 33]. На наш взгляд, оборудование (компьютерная техника, серверы, копировальные устройства, аппаратные средства и комплектующие к ним) в большей степени соответствует понятию товара. ПО, с одной стороны, можно рассматривать как продукт, обладающий всеми признаками товара, а с другой — как результат деятельности и взаимодействия многих специалистов, что в большей степени соответствует сущности услуги.

С. Вандермерве и М. Чадвик в своей классификации услуг относят ПО к категории «услуг, воплощенных в товарах», наряду с такими предметами, как музыка и кинофильмы на электронных носителях, книги. При этом эти авторы отмечают, что создание такого рода услуг имеет низкую степень взаимодействия потребителя и производителя [8].

Кроме того, использование предметов данной категории возможно только в сопровождении услуг. Сам по себе записанный программный код на материальном носителе не представляет никакой ценности до тех пор, пока он не будет установлен, адаптирован и т.д. По этой причине сложно провести границу между ПО и компьютерными услугами, которые, по сути, являются сопровождающими. Именно поэтому в сфере ИТ трудно провести грань между различными видами деятельности, например, между системной интеграцией и услугами по установке/поддержке оборудования и ПО.

В исследовании мы будем использовать обобщенное понятие «ИТ-услуги», включающее в себя весь комплекс услуг по созданию/поддержке ПО и услуг, относящихся к категории «компьютерные услуги».

С позиций потребителя деление услуг на категории также условно. Потребитель, как правило, заинтересован в комплексном

обслуживании, в рамках которого получает компьютерное оборудование, ПО и сопутствующие услуги. И хотя комплексное обслуживание часто обеспечивается разными компаниями (поставщики компьютерного оборудования, разработчики ПО, специализированные учебные центры, консалтинговые компании), потребитель взаимодействует только с одним из исполнителей заказа.

Для нового определения понятия «ИТ-услуги» необходимо выделить особые (специфические) свойства этой услуги, которые раскрывали бы ее сущность. Учитывая достижения классиков теории услуг, предлагаем выделить следующие свойства:

1. Сложность услуги. Заключается в ее специфической природе производства, в процессе которого происходит взаимодействие нематериальных активов и неосязаемых действий. В данном случае нематериальными активами является массив информации, который не имеет материально-вещественной формы. Соответственно действия, совершаемые с этими активами, имеют неосязаемый характер. К. Лавлок относит такие действия к категории «услуг, основанных на обработке данных», а именно: обработка и передача данных, программирование и консультации по программному обеспечению [4, с. 79]. Кроме таких услуг, к этой же категории он причисляет финансовые и юридические услуги. Именно этот круг услуг можно отнести к категории сложных, так как в силу их нематериальности потребителю сложно оценить результат услуги не только до ее получения, но и после. Полезность сложных услуг не очевидна потребителю даже после окончания обслуживания, и только через определенный промежуток времени это становится возможным. Поэтому чем сложнее и технологичнее ИТ-услуга, тем труднее потребителю оценить ее характеристики, возможности и ценность. Кроме того, сложность ИТ-услуги может зависеть от специфики деятельности потребителя, количества участников производства и характера их взаимодействия.

Сложный характер ИТ-услуги ограничивает взаимодействие производителя и потребителя. Последний, в силу недостаточности профессиональных знаний, не может квалифицированно сформулировать свой запрос и сделать выбор ИТ-услуги.

2. Низкая степень вовлечения потребителя в процесс. Свойство проявляется на начальных этапах производства ИТ-услуги, где ее созданием занимаются специалисты-разработчики. Однако следующие этапы предполагают увеличение степени вовлечения потребителя, так как установка, настройка и адаптация ПО осуществляются при постоянном взаимодействии. Значительное влияние на степень вовлечения потребителя оказывает деятельность различных посредников, которые, по сути, связывают профессиональные возможности разработчиков с запросами конечных потребителей.

3. Удаленное взаимодействие производителя и потребителя. Возможность отдаленного взаимодействия потребителя с ИТ-фирмой избавляет потребителя от необходимости посещать сервисное предприятие, и он может никогда не встретиться лично с обслуживающим его персоналом. Важно то, что количество контактов между потребителем и производителем ИТ-услуги сокращается, а взаимодействие происходит в основном по телефону, почте, факсу или электронной почте. Результат такой сервисной деятельности остается чрезвычайно важным, но сам процесс предоставления услуги может быть частично и даже полностью скрыт от потребителя [4, с. 487–488]. Удаленное технологическое сопровождение, консультирование и обучение являются распространенными на рынке ИТ-услуг так же, как и других специфических услуг (хостинг, поддержка ПО и оборудования, консультации).

В силу специфических особенностей ИТ-услуг, в частности сложности, в научной литературе нет устоявшегося определения этого термина. Большинство определений, распространенных в ИТ-отрасли, достаточно узко отражают сущность и специфику рассматриваемых услуг, ограничиваясь теми или иными видами. Например, Н. Глушко дает следующее определение: «ИТ-услуга является специфическим видом услуги, оказываемой либо внутренним ИТ-отделом или другой подобной структурой, либо внешним исполнителем — профессиональным консультантом, и направленной на эффективную организацию функционирования информационной системы предприятия и способствующей достижению его стратегических целей» [3, с. 158]. Данное определение, несмотря

на кажущуюся широту, не охватывает всего комплекса ИТ-услуг, оставляя за рамками образовательные и консультационные ИТ-услуги. Также определение не отражает структуру услуги.

Другая формулировка — Русской консалтинговой компании — подчеркивает важность коммуникаций: «ИТ-услуги — это комплекс работ, направленный на поддержание деятельности компании в сфере информационных технологий, бесперебойную работу коммуникаций внутри компании и с внешним миром»<sup>1</sup>. Это определение не является полным, так как не охватывает такие ИТ-услуги, как поддержка ПО и оборудования, развитие инфраструктуры.

Для разработки наиболее адекватного определения, объединяющего классические характеристики услуги и специфику ИТ-услуги, рассмотрим формулировки, используемые в профессиональной литературе, сопоставив фрагменты, описывающие ее сущность, процесс оказания и результат (табл.).

Рассмотренные определения ИТ-услуги отражают следующие особенности с точки зрения ее сущности:

- использование информационных технологий;
- осуществление взаимодействия поставщика и заказчика (заказчиков);
- производство услуги на основе материальных и нематериальных ресурсов;
- важность наличия у заказчика технологических возможностей и знаний.

Результатом оказания ИТ-услуги, по мнению авторов, является достижение стратегических целей компании, бесперебойное осуществление ее деятельности и отдельных бизнес-процессов в зависимости от вида услуги. Это отчасти отражает свойство «сложность ИТ-услуги».

Некоторые формулировки предусматривают взаимодействие одного производителя ИТ-услуги и нескольких потребителей, что свидетельствует о традиционном представлении оказания ИТ-услуги. При этом ни в одном из определений не констатируется возможность оказания ИТ-услуги несколькими производителями одному потребителю, т. е. комплексность ИТ-услуги. Однако именно сложность из-за необходимости

взаимодействия нескольких сопроизводителей услуги, индивидуализированность этой услуги, а также важность когнитивных факторов взаимодействия с потребителем наиболее точно соответствуют сущности ИТ-услуги.

Консолидируем определения, популярные в ИТ-отрасли, дополнив их важными характеристиками классических свойств услуги. ИТ-услуга — комплекс сложных индивидуализированных технологичных услуг для решения бизнес-задач потребителя по повышению эффективности, безопасности и бесперебойности деятельности компании-потребителя, основанный на взаимодействии личном и/или с применением удаленных технологий. В процессе создания услуги могут участвовать несколько ИТ-компаний-производителей.

Безусловно, существуют условия, когда крупный потребитель может получать узкий перечень ПО и дополнительных услуг непосредственно от его разработчика или силами штатных специалистов, не прибегая к помощи других посредников. Однако такая ситуация не может быть актуальной для небольших региональных потребителей ввиду удаленности, когнитивных и финансовых ограничений. Поэтому под ИТ-услугой будем рассматривать в первую очередь комплекс услуг и их многовариантность.

Технология создания и содержание ИТ-услуги могут быть разными. В создании услуги для компании-потребителя участвуют: вендор (разработчик ПО), дистрибьютор (компания, обеспечивающая доставку оборудования и/или носителя ПО реселлеру, а также дополнительные услуги), реселлер (компания, осуществляющая установку оборудования и/или носителя ПО потребителю, а также сервис путем непосредственного взаимодействия с ним).

Ключевой задачей реселлера является наиболее полное использование возможностей канала поставок для удовлетворения потребностей получателя услуги в оперативном учете и мониторинге бизнес-процессов, информационной безопасности, обеспечении соответствия информационных систем требованиям законодательства, в решении оперативных задач: распределение доступов, перевод текстов, работа с изображениями в графических программах и пр.

<sup>1</sup> URL: <http://www.ruconcom.ru/stati>.

Варианты определения ИТ-услуги

Определение	Источник	Фрагменты определения		
		участники взаимодействия	процесс	результат
Услуга — одна или несколько ИТ-систем, делающих доступными бизнес-процесс. Предоставление ИТ-услуг организации воспринимается заказчиками: сервисы не состоят из простого предоставления компьютерных ресурсов для использования заказчиками	Смартсорсинг <sup>1</sup>	Исполнитель и потребитель	–	Доступность бизнес-процессов для потребителя
ИТ-услуги — основной инструмент организации эффективного взаимодействия ИТ и бизнеса	IBM <sup>2</sup>	ИТ-компания и компания-потребитель	–	Эффективное взаимодействие ИТ и бизнеса
ИТ-услуга — задокументированный набор средств как принадлежащих, так и не принадлежащих к ИТ, поддерживаемый поставщиком ИТ-услуг, выполняющий одну или несколько задач и воспринимаемый заказчиком как единое целое	Хаеи И. <sup>3</sup>	ИТ-компания и компания-потребитель	Поддержка поставщиком ИТ-услуги	–
ИТ-услуга — это услуга, которую поставщик ИТ-услуг оказывает одному или нескольким заказчикам. ИТ-услуга основывается на использовании информационной технологии и поддерживает бизнес-процессы заказчика. ИТ-услуга состоит из комбинации персонала, процессов и технологии и должна быть описана в соглашении об уровнях (качестве) обслуживания	Хаеи И. <sup>4</sup>	Исполнитель и потребитель	–	Поддержка бизнес-процессов потребителя
ИТ-услуга является результатом, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществленного при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна. Может включать: – деятельность, осуществленную на поставленной потребителем материальной продукции; – деятельность, осуществленную на поставленной потребителем нематериальной продукции; – предоставление нематериальной продукции; – создание благоприятных условий для потребителей. Разный принцип понимания для разных ИТ-услуг	ИСО 9000:2008 <sup>5</sup>	ИТ-компания и компания-потребитель	–	Создание благоприятных условий для потребителя
ИТ-услуга — комплекс процессов, технологий и действий персонала, основанных на ИТ-знаниях и призванных обеспечить непрерывность бизнес-процессов заказчика	Компания «IT Creative» <sup>6</sup>	ИТ-компания	Деятельность, основанная на ИТ-знаниях	Непрерывность бизнес-процессов потребителя
ИТ-услуга — способ предоставления ценности заказчиком посредством содействия им в получении требуемых результатов без владения специфическими расходами и рисками	Slideshare.net <sup>7</sup>	ИТ-компания и компания-потребитель	Содействие потребителю в получении результатов	Предоставление ценности потребителю
Под ИТ-сервисом подразумевается совокупность ИТ-систем, используемых для обеспечения бизнес-деятельности предприятия	Ecm-journal.ru <sup>8</sup>	–	–	Обеспечение бизнес-деятельности потребителя
ИТ-услуги — это комплекс работ, направленный на поддержание деятельности компании в сфере информационных технологий, бесперебойную работу коммуникаций внутри компании и с внешним миром	Русская консалтинговая компания <sup>9</sup>	–	Комплекс работ	Бесперебойность коммуникаций потребителя
ИТ-услуга — специфический вид услуги, оказываемой либо внутренним ИТ-отделом или другой подобной структурой, либо внешним исполнителем — профессиональным консультантом, и направленной на эффективную организацию функционирования информационной системы предприятия для достижения его стратегических целей	Глушко Н. Н. [3]	ИТ-компания и компания-потребитель	–	Функционирование информационной системы предприятия для достижения стратегических целей

<sup>1</sup> URL: [http://smartsourcing.ru/blogs/katalog\\_it-uslug/338](http://smartsourcing.ru/blogs/katalog_it-uslug/338).

<sup>2</sup> URL: <http://www-935.ibm.com/services/ru/ru/it-services/itsa-rus-it-serv-mngmnt-page1.html>.

<sup>3</sup> URL: <http://www.iemag.ru/clouds/opinions/detail.php?ID=16401>.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> URL: <http://habrahabr.ru/post/179449/>.

<sup>6</sup> URL: <http://www.itcreative.org/>.

<sup>7</sup> URL: <http://www.slideshare.net/Cleverics/itsm-201211-v20>.

<sup>8</sup> URL: <http://ecm-journal.ru/docs/Kak-rasschitat-stoimost-IT-uslugi.aspx?from=subsrss>.

<sup>9</sup> URL: <http://www.ruconcom.ru/stafi>.

Следует отметить, что по цепочке поставок двигаются от одного участника поставок к другому не услуги, а материальный носитель потенциальной услуги, например ПО. Сама же экономическая сущность услуги появляется только на конечном этапе — в процессе реализации и потребления.

Причины рассмотрения ИТ-услуги как совокупности частичных услуг следующие:

1. Сложность восприятия потребителями ИТ-услуг. Без необходимых консультаций потребитель не может оценить полезность ИТ-услуг, она скрыта от него. В этом заключается сложность этой услуги. Следовательно, ИТ-услуга не может предоставляться как обычная услуга, так как необходимость в ее покупке у клиента появляется только после дополнительного информирования или демонстрации.

2. Выбор потребителя на рынке ИТ-услуг еще более сложен, чем процесс осознания необходимости приобретения данных услуг. Потребителю нужно выбрать из нескольких предложений наиболее подходящий продукт, который наилучшим образом будет решать задачи. Поэтому предложения ИТ-услуг должно сопровождаться развернутыми и индивидуализированными консультациями.

3. ПО является начальной частью комплексной услуги для конечного покупателя, предлагаемая вендором. Остальные части комплексной услуги необходимо поэтапно создавать уже с вовлечением всех участников.

4. Дистрибьютор и реселлер, предоставляя свои услуги, образуют полную

ИТ-услугу, реализация которой способна удовлетворить потребителя. Характеристики услуги изменяются при передаче по цепочке, накапливается ее ценность и только на конечном этапе формируется полная, «окончательная» услуга. Все остальные услуги в рамках цепочки поставок являются по отношению к полной услуге предшествующими и частичными. Реселлер приобретает частичные предшествующие услуги не для потребления, а для того, чтобы добавить собственную ценность для конечного потребителя. Готовая услуга является благом для получателя и несет для него самостоятельную ценность, поэтому только она обладает полнотой свойств.

Особая роль в создании услуги принадлежит реселлеру, который непосредственно взаимодействует с потребителем, обеспечивая целостность производства услуги, реализацию возможностей всех ее частей, лишь потенциально обладающих ценностью [6, с. 182].

Таким образом, ИТ-услуга является сложной, комплексной услугой с низкой степенью вовлечения потребителя в производство услуги. Эти свойства отражены в предлагаемом определении ИТ-услуги. Структура ИТ-услуги представляет собой комплекс технологически взаимосвязанных отдельных услуг, который создается разными участниками и консолидируется в процессе вовлечения потребителя в сопроизводство; потребитель является полноправным участником процесса создания ИТ-услуги, которую сам же и потребляет.

#### Список использованной литературы

1. Абрамова А. В. Международный бизнес в области информационных технологий : учеб. пособие / А. В. Абрамова, Ю. А. Савинов ; под общ. ред. Н. Н. Ливенцева. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 206 с.
2. Бугорский В. Н. Сетевая экономика : учеб. пособие / В. Н. Бугорский. — М. : Финансы и статистика, 2008. — 256 с.
3. Глушко Н. Н. Современное состояние рынка ИТ-услуг России: проблемы и пути развития / Н. Н. Глушко // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2007. — № 7. — С. 157–159.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия : пер с англ. / К. Лавлок. — 4-е изд. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. — 997 с.
5. Николаева Т. П. Основы информационной экономики : учеб. пособие / Т. П. Николаева. — СПб. : Лекс Стар, 2001. — 128 с.
6. Обухова А. А. Факторы экономического поведения субъектов ИТ-рынка / А. А. Обухова // Стратегия социально-экономического развития общества : управленческие, правовые, хозяйственные аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Курск : Юго-зап. гос. ун-т, 2011. — С. 47–48.
7. Стрелец И. А. Новая экономика и информационные технологии / И. А. Стрелец. — М. : Экзамен, 2003. — 256 с.
8. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер и др. ; пер. с англ. под науч. ред. В. В. Кулибановой. — 2-е изд. — СПб. ; М. ; Харьков ; Минск : Питер, 2002. — 752 с.

References

1. Abramova A. V., Savinov Yu. A. *Mezhdunarodnyi biznes v oblasti informatsionnykh tekhnologii* [International Business in the Area of Information Technology]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2010. 206 p.
2. Bugorskii V. N. *Setevaya ekonomika* [Network Economics]. Moscow, Finance and Statistics Publ., 2008. 256 p.
3. Glushko N. N. The current state of the IT services market in Russia: problems and development ways. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta – Izvestiya of Volgograd State Technical University*, 2007, no. 7, pp. 157–159 (in Russian).
4. Lovelock Ch. H. *Services marketing: people, technology, strategy* (Lavlok K. *Marketing uslug: personal, tekhnologiya, strategiya*. 4<sup>th</sup> ed. Moscow, Williams Publ., 2005. 997 p.)
5. Nikolaeva T. P. *Osnovy informatsionnoi ekonomiki* [Fundamentals of Information Economics]. Saint-Petersburg, Leks Star Publ., 2001. 128 p.
6. Obukhova A. A. Factors of IT-market players' economic conduct. *Strategiya sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya obshchestva : upravlencheskie, pravovye, khozyaistvennye aspekty : materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Strategy of socio-economic society development: managerial, legal, economic aspects: proceedings of the international scientific conference]. Kursk, Southwestern State University Publ., 2011. Pp. 47–48 (in Russian).
7. Strelets I. A. *Novaya ekonomika i informatsionnye tekhnologii* [New Economics and Information Technologies]. Moscow, Examen Publ., 2003. 256 p.
8. Haksever C., Render B., Russel R. S., Murdick R. G. *Service Management and Operation*. 2<sup>nd</sup> ed. Prentice Hall, 2000 (Rus. ed.: Khaksever K., Render B., Rassel R., Merdik R. *Upravlenie i organizatsiya v sfere uslug*. 2<sup>nd</sup> ed. Saint-Petersburg, Moscow, Kharkov, Minsk, Piter Publ., 2002. 752 p.)

Информация об авторах

Полякова Нина Владимировна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: polyakova@isea.ru.

Поляков Владимир Владимирович — кандидат экономических наук, доцент, докторант, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: vla88701858@yandex.ru.

Обухова Анна Андреевна — аспирант, кафедра маркетинга, Байкальский государственный университет экономики и права, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: aobukhova@forus.ru.

Authors

*Polyakova Nina Vladimirovna* — Doctor habil. (Economics), Professor, Head of Department of Marketing, Baikal State University of Economics and Law, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russia, e-mail: polyakova@isea.ru.

*Polyakov Vladimir Vladimirovich* — PhD in Economics, Associate Professor, candidate for Doctoral degree, Baikal State University of Economics and Law, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russia, e-mail: vla88701858@yandex.ru.

*Obukhova Anna Andreevna* — PhD student, Department of Marketing, Baikal State University of Economics and Law, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russia, e-mail: aobukhova@forus.ru.