

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности в сервисе»
ИНФОРМАЦИОННЫЙ СЕРВИС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Руководитель курсового проекта _____ к.э.н., доцент
(подпись) Никонова Т.В.

Студентка 4 курса, гр. 6331 _____ Мишкина А.А.
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Сущность современного информационного сервиса	6
1.1. История становления информационного сервиса	6
1.2. Понятие и характеристика информационного сервиса.....	13
1.3. Виды информационных продуктов и услуг	17
2. Экономическая система и современный рынок информационных услуг...	20
2.1. Современный информационный сервис в экономической системе	20
2.2. Проблемы информационного сервиса	22
2.3. Перспективы развития информационного сервиса	26
Заключение	29

Введение

Конец XX – начало XXI века называют самым динамичным за всю историю человечества. Процессы обновления, или модернизации, затронули все страны мира и каждого человека в отдельности.

В 70-е годы XX века произошел заметный переход наиболее развитых стран из эпохи индустриального общества в постиндустриальную эпоху, которую также называют «информационным обществом». В повседневную жизнь шагнули персональные компьютеры, автоматическая обработка текста, кабельное телевидение, интернет и записывающие устройства.

Сегодня мы живем в мире услуг, в мире информации и сервиса. Большая часть населения либо непосредственно работает в том или ином сервисе – транспортном, медицинском, торговом, педагогическом, культурно-просветительном и т. д., либо участвует в создании способов и средств – индустрии для различных видов сервиса.

Однако стоит понимать, что сервис – это любая разновидность общественно полезного труда, направленная на удовлетворение разумных потребностей человека. Среди различных видов сервиса именно информационный сервис и обеспечивающая его индустрия информатики развиваются быстрее всех.

К концу XX века впервые в истории человечества основным предметом труда в общественном производстве промышленно развитых стран стала информация. Использование информации сделалось одним из важнейших средств в конкурентной борьбе, как на национальном, так и международном уровнях, одним из решающих факторов развития производительных сил. Сейчас мы можем наблюдать похожие процессы: постоянный рост значимости информации и навыков обращения с ней, как с объектом трудовой деятельности.

Исходя из вышесказанного, можно судить о степени актуальности и значимости темы положения информационного сервиса в современном

обществе, поскольку во все времена одним из главных показателей цивилизованности общества являлся уровень развития науки и техники.

В наше же время одним из таких показателей является процесс информатизации общества в целом, так как именно от него сейчас напрямую зависит уровень экономического развития страны, следовательно, и качество жизни ее граждан.

Огромное количество как государственных, так и негосударственных организаций, и компаний работает в области информационного обслуживания. На мировом рынке выделился ряд организаций и компаний, которые предоставляют своим потребителям комплекс услуг, охватывающих все основные сектора информационного рынка.

Целью курсовой работы является выявление проблем и перспектив развития информационного сервиса.

В соответствии с поставленной целью выделяются следующие задачи:

- Изучение сущности и истории развития информационного сервиса;
- Описать положение современного информационного сервиса в экономической системе.
- Сформировать проблемы и перспективы развития выбранной отрасли сферы услуг.

Объект исследования в курсовой работе – информационный сервис.

Предмет исследования – развитие и состояние выбранного вида сервиса.

Курсовая работа состоит из двух глав и пяти параграфов.

В первой главе представлено описание сущности информационного сервиса, в том числе в первом параграфе этой главы объяснены главные понятия, связанные с этим видом деятельности, во втором и третьем параграфах рассказано об истории развития данного вида услуг как в целом, так и представлено современное положение дел на рынке информационных услуг в Российской Федерации и за рубежом. Во втором параграфе первой

главы представлены самые важные проблемы информационного обслуживания и информатизации общества в целом.

Вторая глава иллюстрирует занимаемое информационным сервисом место в экономике страны, что описывается в первом параграфе. Во втором параграфе представлены самые важные проблемы информационного сервиса и информатизации общества в целом. Третий параграф рассказывает о перспективах развития информационной отрасли как вида сервисной деятельности.

Для написания курсовой работы была использована методическая и научная литература, а также статьи периодической печати.

1. Сущность современного информационного сервиса

1.1. История становления информационного сервиса

Люди очень рано ощутили потребность сохранения для потомков сведений, сообщений, в которых концентрировался опыт прошлого. Стремление расширить возможности человеческой памяти привело к зарождению в государствах древних цивилизаций особого культурного института – письма, а затем и библиотек как собраний памятников письменности.

Библиотеки возникали как учреждения, обладающие собранием средств хранения информации и предоставляющие услуги по общественному пользованию имеющимися материалами.

В большинстве случаев библиотеки древности находились во дворцах царей, при храмах столичных и провинциальных городов, при школах писцов. Основной услугой этих библиотек была выдача книг читателям. Для этого наиболее востребованные книги имелись в нескольких копиях.

Уже в библиотеке ассирийского государства имелся каталог и система хранения клинописных глиняных табличек, что облегчало получение необходимой информации. В Древнем Египте каталоги библиотеки высекались на стенах помещений и хранилищ. Однако библиотеки древности были доступны немногим [20, с.34].

Государство испытывало потребность в распространении информации среди широких слоев населения с идеологическими целями. Для этого служили глашатаи, объявлявшие народу специальные известия. Эту же функцию выполняли и летопись побед египетских царей, высеченная на стенах храма фараона Рамсеса Второго в древней столице Египта Фивах или знаменитая стела царя Вавилонии Хаммурапи (XVIII в. до нашей эры), с высеченным на ней «Кодексом» – собранием законов.

В древности ощущалась потребность общества в распространении информации о товарах, различных видах услуг с целью оповещения и создания спроса. В развалинах древнего египетского города Мемфиса найдена надпись,

высеченная на камне «Я, Рино, с острова Крит, по воле богов толкую сновидения». Сейчас мы назвали бы такую информацию рекламным объявлением.

В античной Греции возникло понятие «библиотека» Информация фиксировалась на досках, коже, свинце, папирусе. В Афинах и других городах Древней Греции с V-IV вв. до нашей эры существовали публичные библиотеки. Особой отраслью информационного сервиса становятся переписка, копирование книг. В Афинах существовала широкая сеть мастерских, производящих книги, в том числе, и на заказ, книжных лавок для их реализации. В V в. до нашей эры зафиксирована специальная услуга: ученый-грамматик Демофил издает сочинение - информационный обзор «О книгах, достойных приобретения», помогающий ориентироваться в мире книг [20, с.36].

В Древней Греции были заложены основы библиотечно-библиографической классификации. Разделение информации по отраслям знаний, которые были произведены греческими философами, сыграло важную роль при систематизации книг и создании каталогов в библиотеках более позднего времени.

Информационную атмосферу античных городов формировали также зазывалы, торговцы, рекламирующие свой товар, официальные глашатаи.

Философы, педагоги, писатели, художники, врачи, математики, военные широко пользуются услугами собрания рукописных книг (до 700 тыс. рукописей) в Александрийском Мусейоне – совокупности научных и учебных учреждений в Александрии египетской. Все они получают возможность исчерпывающе изучить информацию по своей специальности и вести научную работу в современном понимании этого появления, создавать новые труды. Библиотека предоставляет и дополнительные услуги: переписка, перевод, корректировка текстов.

Информационный сервис получает широкое распространение в Древнем Риме. К началу IV в. нашей эры здесь было более 30 крупных публичных

библиотек. В римских библиотеках появилась новая услуга. Книги выдавались на дом, хотя существовали и читальные залы. Появляются специализированные библиотеки – собрания книг, отобранных по определенному признаку [18, с.312].

Таким образом, уже в античное время определились многие направления информационного сервиса, которое получают развитие в дальнейшем.

В раннесредневековой Европе функция сбора, сохранения и распространения информации переходит к церкви. Уже в V-VI вв. появляются первые монастырские и церковные библиотеки с рукописями на греческом и латинском языках. Начинают действовать идеологические ограничения на услуги, на пользование «еретическими» книгами. Круг людей, которым доступна информация данных книг, был узким. Однако продолжалось совершенствование информационных услуг: возникла алфавитная группировка каталогов, тематические каталоги.

В XI в. монополия церкви на информацию, на руководство духовной жизнью средневекового общества начало утрачиваться. Появились университеты, при них свои библиотеки – иные по составу и с иной направленностью услуг. При университетах действовали скриптории – мастерские по переписке книг на заказ. Здесь формировался и определенный порядок предоставления услуг. Выдача, регистрация книг, определение редкого фонда, не подлежащего выносу из здания, порядок пользования «запрещенной» литературой. В университетских библиотеках особое значение приобретали справочные услуги каталогов.

Новая эпоха развития информационного сервиса началась с появлением книгопечатания – изготовления печатной книги с наборной формы.

В Европе книгопечатание возникло в 40-х гг. XV века. На протяжении второй половины XV в. типографские предприятия распространялись по всей Европе. Резко возрос выпуск книг, пополнялись существующие и образовывались новые библиотеки. С XVI в. начали печататься сводки

новостей – прообраз современных газет, с середины XVII в. – журналы – периодические издания популярного и специального характера.

Все эти новые культурные явления создавали широкие возможности информационного сервиса. Возникла возможность систематического распространения информации самого разного характера. Уже в начале XVII в. в Англии и Франции появляется печатная реклама, а с 1611 г. в Лондоне уже работает первое рекламное бюро, предоставляющее услуги предпринимателям.

В России библиотеки с универсальными фондами образованы при Академии наук (1714 г.), Московском университете (1756 г.). Во второй половине XVIII в. в России действовали первые коммерческие и бесплатные публичные библиотеки [18, с.320].

В XVIII в. в полной мере осознали возможности печати как способа распространения рекламной информации. Газеты и журналы начали широко использовать сюжетные и оформительские приемы подачи информации с использованием рисунка и гравюры, предоставляя свои страницы для рекламных объявлений. Однако подобного рода информация распространялась лишь в «верхах» общества.

Среди простого люда в России информационный голод удовлетворялся с начала XVII в. с помощью «потешных лубков». Лубки разносили по домам офени - распространители «потешных картинок», содержащих самую разнообразную, в том числе, и рекламную информацию.

XVIII в. характеризуется демократизацией, возрастающей общедоступностью информационного сервиса. Создавались национальные библиотеки в столицах государств с универсальными фондами: Вашингтон (1800 г.), Санкт-Петербург (1814 г.) и др. Здесь собранные за длительный период издания отражают историю данной страны. Возникают специализированные библиотеки по отдельным отраслям знаний.

Одновременно появлялись и библиотеки для народа (США, Англия, Россия) – общественные библиотеки, читальни, книжные магазины для

рабочих, для людей из «низов», которым информационные услуги ранее были недоступны. В России их учреждали (при поддержке меценатов) общества грамотности, земства, городские думы. Те же офени распространяли в городах и деревнях России, кроме лубочной литературы, книги издательств, предназначенные для самых широких слоев населения. Например, издательство И.Д. Сытина «Посредник» печатает учебники, научно-популярные книги, дешевые издания классиков, календари и т.д. [16, с.57].

Развитию информационного сервиса в середине XIX в. способствовало изменение общественных условий после 1861 г., в частности, отмена в 1869 г. ограничений на публикацию коммерческих объявлений в газетах и журналах. Появляются газеты, во многом ориентированные на распространение рекламной информации: «Голос» (1863-1884 гг.), «Петербургский листок» (1864-1916 гг.), «Московский листок» (1881-1916 гг.). В рекламной информации начинает все шире использоваться фотография.

В 60-е гг. XIX в. сформировались и первые информационные агентства широкого диапазона – Русское телеграфное агентство (1865).

В конце XIX – начале XX в. появляется принципиально новый канал распространения информации для «низов» общества – воскресные школы, кружки самообразования, народные университеты, лектории, существовавшие при народных домах и рабочих клубах. Здесь организуются публичные лекции, занятия всевозможных курсов. Эта система получает название внешкольного образования взрослых и имеет целью повышение уровня общеобразовательных и научно-политических знаний, формирование потребности в самообразовании.

В Советской России (1917-1991 гг.) информационные услуги адресуются самым широким слоям населения, но при этом имеют место противоречивые тенденции.

Система внешкольного образования получает всемерную государственную поддержку, в том числе и финансовую, но полностью подчиняется задачам политической пропаганды.

Библиотечная сеть развивается и совершенствуется, свобода научно-информационной деятельности регламентирована идеологией и ограничена системой закрытого хранения литературы по политическим мотивам. Все же информационные услуги в этот период приобретают ряд новых черт: библиотеки координируют и кооперируют свою деятельность, в результате чего читатели могут пользоваться сводными каталогами, межбиблиотечным абонементом. Среди услуг библиотек возникают книжные выставки, библиографические обзоры, аннотированные библиографические указатели, тематические картотеки [8].

Библиотечных работников высшего и среднего звена можно с полным основанием рассматривать как специалистов информационного сервиса.

Сервисные возможности крупнейших библиотек возрастают: комплектуются и пользователям выдаются ноты, грампластинки, плакаты, микрофильмы.

В 20-30 гг. XX в. в Советской России полностью меняется облик и содержание рекламной информации. Участие в ее создании и распространении В. Маяковского, А. Родченко, В. Степановой необычайно подняли художественный уровень советской рекламы этого периода.

Предметно-пространственная среда города преобразуется средствами графического дизайна. Услуги художников-рекламистов востребованы при проектировании витрин, книжных киосков, упаковок, книжных обложек и открыток, вывесок, эмблем, рекламных плакатов и даже одежды продавцов.

После 1945 г. в Советской России создаются крупные государственные рекламные организации, выпускается свыше 60 рекламных изданий, стали производиться рекламные фильмы. Функционируют рекламные комбинаты, агентства, оформительские цеха и мастерские. Однако вся эта разветвленная сеть служила не столько распространению рекламной информации, сколько оформлению идеологических и политических акций и кампаний.

С 20-х гг. XX в. в жизнь входит новое средство массовой информации – радио, а с конца 30-х гг. – телевидение. Информационные услуги оказываются

прямо на дому. Досуг человека может стать пространством плотного и полезного информационного насыщения. Однако в качестве адресата информационного сообщения рассматривается не отдельный человек с его конкретными потребностями, а масса – большое количество людей. В результате домой к конкретному человеку доставляется часто ненужная, порой назойливая рекламная информация [18, с.326].

С 70-х гг. XX в. как результат научно-технического прогресса начинает формироваться Internet – всемирная информационная сеть, объединяющая множество компьютеров, обменивающихся информацией друг с другом. Эта система обеспечивает прямой неограниченный доступ каждого к любым информационным услугам.

Своеобразными путеводителями в мире информационных услуг Internet выступают поисковые системы, нередко объединенные тематическим каталогом. С помощью поисковых систем по ключевым словам можно быстро выйти на сайты с интересующей тематикой.

Интересующие сайты в сети можно отыскать и с помощью каталогов. Переходя от рубрики к рубрике и сужая область поиска, можно попасть в раздел каталога, содержащего нужный список сайтов.

Основные услуги в сети Интернет – web-сайты, электронная почта, список рассылки, электронные доски объявлений или телеконференции

Наиболее очевидные преимущества информационных услуг Internet для пользователя: личностный характер информации, необходимой конкретному человеку; гибкость (можно начать, скорректировать, прервать общение в любой момент); использование различных средств воздействия (изображение, звук, спецэффекты); возможность создания виртуальных сообществ по интересам, по профессиональным занятиям.

В информационных системах традиционных библиотек также используется компьютерная техника, в частности для создания каталогов, для поиска информации.

Разнообразие и дифференциация информационных услуг, информатизация сферы информационного сервиса открывает все новые и новые возможности приобщения к культуре, создания, сохранения и распространения культурных услуг в обществе.

1.2. Понятие и характеристика информационного сервиса

Современное общество можно характеризовать широким внедрением информационных технологий во все сферы деятельности, как отдельного человека, так и промышленного производства, финансовой деятельности и торговли, государственного управления, здравоохранения, одним словом – общества в целом. Поэтому можно утверждать, что в настоящее время мы имеем дело с информационным обществом. К информационным технологиям, или как в настоящее время принято говорить – ИТ, относится совокупность методов и средств сбора, хранения, обработки, передачи и ввода/вывода информации. Целью информационных технологий является снижение трудоемкости процессов использования информационных ресурсов, повышение надежности и оперативности выполнения информационных процессов.

Информатизация – это сложный и неоднозначный процесс. Прежде чем говорить об информатизации общества, следует разобраться с основным понятием данного явления – «информация». Сразу необходимо отметить, что само это понятие является универсальным и толкование его зависит от сферы, в которой термин употребляется [6, с.203].

Первоначальное понятие информации (от латинского *informatio* - разъяснение, изложение) – сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом (с помощью условных сигналов, технических средств и т. д.). С середины XX века это – общенаучное понятие, которое включает обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом. Законодательно термин «информация» определен следующим образом: «Информация – сведения (сообщения, данные)

независимо от формы их представления». Информация уменьшает степень неопределенности, неполноту знаний о лицах, предметах, событиях и т.д.

Информатизация – 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.

Информатизация является сложным социальным процессом, связанным со значительными изменениями в образе жизни населения. Он требует серьёзных усилий во многих направлениях, включая устранение компьютерной неграмотности, формирование культуры использования новых информационных технологий и др [6, с.230].

На рисунке 1.1.1 можно увидеть составную часть инфраструктуры информатизации.



Рис. 1.1.1 – Инфраструктура информатизации

Сегодня, в «век информационных технологий», информация, как и трудовые, материальные и энергетические ресурсы, является важным и необходимым. Информация – ценнейший ресурс наряду с такими как нефть, газ, полезные ископаемые и др.

Сегодня приходится учитывать и то, что резко усиливается социальная значимость информации. Это происходит в связи с тем, что потребности

людей в качественной информации возрастают быстрыми темпами, информация становится массовым продуктом и получает рыночную цену. Благодаря этим изменениям срабатывают экономические законы спроса и предложения – появляется рынок информационных услуг. При этом информационный рынок является инновационным и предлагает новейшие технологические решения, а создание, распространение, обновление и применение информации идет опережающими темпами.

Как уже было сказано выше, отличительной особенностью постиндустриального общества является то, что в нем определяющая роль принадлежит информационному обмену. Этому свидетельствуют многие факторы.

Во-первых, это рост социальной и экономической значимости информации в жизни людей.

Во-вторых, информация стала экономической категорией, она продается и покупается, операции с ней приносят прибыли или убытки. Инвестиции в информационную среду постоянно расширяются, именно в этой среде и через нее формируются потоки инноваций, которые служат извлечению дополнительной прибыли.

В-третьих, это ускорение социальных и экономических процессов, побуждающее государственные структуры быстрее реагировать на происходящие перемены, создавать все более эффективные и гибкие механизмы управления общественной жизнью [7].

Все вышеперечисленные факторы и условия породили в современной мировой экономике новую отрасль, новое направление сферы услуг – информационный сервис.

Информационный сервис представляет собой вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг информационного характера. Он обеспечивает познавательную деятельность общества и может быть представлен в виде двух уровней деятельности: эмпирическом (предоставление информации об отдельных фактах и событиях)

и теоретическом (анализ информации, выявление закономерностей в данной сфере явлений) [31, с.92].

На эмпирическом уровне информационного сервиса предоставляется информация (справки) о компаниях (местонахождение, телефонах, адресах электронной почты E-Mail, Web-сайта), о наличии товара, предоставлении услуг, расписаниях, событиях политической, культурной жизни, юридическая информация и т.п. На теоретическом уровне информационного сервиса осуществляется анализ ситуации в экономике (региона, компании и т.п.), изучение общественного мнения, перспектив развития спроса на товары, услуги и т.п.

Информационный сервис, предоставляемый клиенту, характеризуется всей совокупностью различного рода информации о предлагаемых товарах и сопровождающих их услугах, а также системой средств и методов, обеспечивающих оперативный доступ клиента к необходимой ему информации.

В 1989 году Д. И. Блюменау, который, ввел понятие «информационный сервис» как научный термин, писал, что основной формой информационного обслуживания является информационное обеспечение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. Также он выделял их плановые и технические этапы, приближающие специалиста к решению стоящей перед ним задачи [5].

Под плановым этапом разработки чаще всего понимается крупная часть работы, которая имеет самостоятельное значение и является объектом планирования: разработка технического задания; проведение теоретических и экспериментальных исследований, включающих разработку и корректировку технической документации, и оформление результата в виде отчета.

Содержание технических этапов образует определенная последовательность операций: выбор альтернатив, разработка методик, проведение расчетов и др., в процессе которой происходит эволюция в

создании научно-технического объекта. Такие операции Блюменау называет конкретными задачами.

И именно так понималась сама сущность информационного сервиса несколько десятков лет назад.

Как и во времена Блюменау, до последнего времени информационные услуги сводились к снабжению клиента необходимой сопроводительной документацией. Однако сейчас само содержание понятия «сопроводительная документация» претерпевает изменения, появляются и расширяются новые виды информационных услуг.

Таким образом, процесс информатизации постепенно охватывает все сферы человеческой жизни, а информационный сервис становится одной из ведущих отраслей сферы сервиса.

1.3. Виды информационных продуктов и услуг

Ценность и коммерческий успех информационного продукта для пользователей зависят от того, насколько он сможет удовлетворить потребности потребителей. При этом получаемая информация воспринимается как первичные данные, которым еще только предстоит стать информацией, будучи воспринятой в рамках представлений пользователей об интересующей их предметной области.

Появление информационных товаров и услуг расширило спрос на информационные продукты, так как это способствовало индивидуализации предложения данных – его приближению к индивидуальным предпочтениям отдельных пользователей, а также сближению информационных моделей производителей и потребителей.

Можно выделить пять видов информационных услуг и продуктов на рынке информационных услуг:

1. деловая информация, которая состоит из следующих частей:
 - биржевая и финансовая информация – котировки ценных бумаг, валютные курсы, учетные ставки, рынок товаров и капиталов, инвестиции,

цены. Поставщиками являются специальные службы биржевой и финансовой информации, брокерские компании, банки;

- статистическая информация – ряды динамики, прогнозные модели и оценки по экономической, социальной, демографической областям. Поставщиками являются государственные службы, компании, консалтинговые фирмы;

- коммерческая информация по компаниям, фирмам, корпорациям, направлениям работы и их продукции, ценам; о финансовом состоянии, связях, сделках, руководителях, деловых новостях в области экономики и бизнеса. Поставщиками являются специальные информационные службы.

– информация для специалистов, содержит следующие части:

2. профессиональная информация, которая представляет собой специальные данные и информация для юристов, врачей, фармацевтов, преподавателей, инженеров, геологов, метеорологов и т.д.;

- научно-техническая информация – документальная, библиографическая, реферативная, справочная информация в области естественных, технических, общественных наук, по отраслям производства и сферам человеческой деятельности;

- доступ к первоисточникам – организация доступа к источникам информации через библиотеки и специальные службы, возможности приобретения первоисточников, их получения по межбиблиотечному абонементу в различных формах.

3. потребительская информация, состоящая из следующих частей:

- новости и литература – информация служб новостей и агентств прессы, электронные журналы, справочники, энциклопедии;

- потребительская информация – расписания транспорта, резервирование билетов и мест в гостиницах, заказ товаров и услуг, банковские операции и т.п.;

- развлекательная информация – игры, телетекст, видеотекст.

4. услуги образования, которые включают все формы и ступени образования: дошкольное, школьное, специальное, среднепрофессиональное, высшее, повышение квалификации и переподготовку. Информационная продукция может быть представлена в компьютерном и некомпьютерном виде: учебники, методические разработки, практикумы, развивающие компьютерные игры, компьютерные обучающие и контролирующие системы, методики обучения и пр.

5. обеспечивающие информационные системы и средства, состоят из следующих частей:

–программные продукты – программные комплексы с разной ориентацией – от профессионала до неопытного пользователя компьютера: системное программное обеспечение, программы общей ориентации, прикладное программное обеспечение по реализации функций в конкретной области принадлежности, по решению задач типовыми математическими методами и др.;

- технические средства – компьютеры, телекоммуникационное оборудование, оргтехника, сопутствующие материалы и комплектующие;

- разработка и сопровождение информационных систем и технологий – обследование организации в целях выявления информационных потоков, разработка концептуальных информационных моделей, разработка структуры программного комплекса, создание и сопровождение баз данных;

- консультирование по различным аспектам информационной индустрии – какую приобретать информационную технику, какое программное обеспечение необходимо для реализации профессиональной деятельности, нужна ли информационная система и какая, на базе какой информационной технологии лучше организовать свою деятельность и т.д.;

- подготовка источников информации – создание баз данных по заданной теме, области, явлению и т.п.

Появление информационных товаров и услуг расширило спрос на информационные продукты, так как способствовало индивидуализации

предложения данных – его приближению к индивидуальным предпочтениям отдельных потребителей, а также сближению информационных моделей производителей и потребителей. Кроме того, пользователю не обязательно уже обладать целиком информационным продуктом, что при прочих равных условиях удешевляет реально полученную информацию.

2. Экономическая система и современный рынок информационных услуг

2.1. Современный информационный сервис в экономической системе

В условиях перехода постиндустриального общества на стадию информатизации, информация превращается в ведущий всеобщий производственный фактор, а деятельность по ее сбору, передаче, хранению, обработке и анализу становится одной из наиболее значимых сфер общественного производства. Это позволяет утверждать, что информационный путь развития является наиболее активным направлением развития постиндустриального общества, чем все остальные.

Именно факт активного информационного обмена дает возможность экономике в условиях постиндустриального общества развиваться динамичнее, что ведет к складыванию так называемой информационной

экономики. Информационная экономика – экономика, в которой большая часть ВВП обеспечивается деятельностью по производству, обработке, хранению и распространению информации и знаний, и больше половины занятых участвует в этой деятельности.

Проанализировав современное положение рынка, можно утверждать, что в мировом экономическом пространстве сегодня господствуют новые структуры: обширные, сложные, комбинации государственных и предпринимательских субкультур, комбинаций различных инфраструктур (сеть банкоматов представляет собой первый пример объединения информационной и финансовой инфраструктур) [23, с. 54].

Этот факт легко подтверждается на примере мировых банковских расчетов. Информационная экономика – быстрая экономика. Теоретически и практически это означает быстроту, точность и надежность переработки информации. Именно банки оперативно отслеживают общую экономическую обстановку, добывают и анализируют информацию о кредитоспособности экономических субъектов, состоянии и перспективах развития финансовых рынков и т.д., а открытые компьютерные сети типа Интернет предоставляют банкам невиданные ранее возможности сбора и анализа информации.

Мировая практика развития информационного рынка показывает, что предпринимательская и управленческая деятельность более всего нуждается в оперативно поставляемой информации об общей экономической конъюнктуре; статистической информации экономического и социального характера, необходимой для анализа и прогноза среднесрочных и долгосрочных тенденций; деловых новостях о событиях, происходящих на рынках; правовой информации, регламентирующей хозяйственную деятельность; коммерческой информации об участниках рынка - предприятиях-поставщиках и покупателях, о продукции.

При правильном использовании предоставляемых Интернетом возможностей практически любой вид бизнеса может получить мощный толчок в своем развитии. Однако объем знаний, которыми должен обладать

бизнесмен, выходящий со своим делом в сеть, весьма велик. При этом информации по организации бизнеса в Интернете не так уж много. Однако, несмотря на это, осваивать этот вид рынка все равно необходимо, так как он предоставляет большие возможности его участникам.

Проанализировав настоящую ситуацию, можно с уверенностью сказать, что это утверждение имеет под собой весомые основания. Ведь если компания способна отреагировать на рыночную ситуацию не за несколько недель, а за несколько часов, она многое выигрывает, она может вырваться вперед.

Также необходимо отметить, что информация является основой принятия решений во всех сферах человеческой деятельности. Она способствует повышению эффективности труда в различных областях. Это обстоятельство определяет тот факт, что потребителями информационных услуг выступают специалисты, работающие практически во всех сферах производства.

Продолжая рассуждение, необходимо обратить внимание на то, что информационная служба, накапливающая значительный объем информации, не может не учитывать сегодняшнюю ситуацию на рынке, политику государства и потребности общества, сиюминутный спрос. Но в то же время она всегда стоит перед вопросом: будет ли именно эта актуальная сегодня информация востребована в будущем, и удовлетворит ли она потребности клиентов в стремлении узнать определенную информацию, которая часто может служить источником для дальнейшего получения прибыли.

2.2. Проблемы информационного сервиса

Мы уже выяснили, что информационный сервис занимает достаточно высокую нишу в современной экономике, являясь молодым в своей отрасли. И, говоря о положительных моментах, необходимо помнить о проблемах, с которыми сталкиваются клиенты, которым предоставляются информационные услуги, организации, которые эти услуги предоставляет и государство. Человечество испытывает информационный взрыв на данный

момент. Поскольку идет определенный диссонанс с количеством циркулирующей и хранящейся в пространстве информацией и возможностями человека по ее усвоению [27, с. 82-83].

Увеличение потребности в развитии информационного сервиса привело к смене социального заказа на специалистов в области информатики. Если в конце 70-х – начале 80-х годов прошлого столетия высока была потребность в программистских кадрах, то сегодня значительно более высокой стала потребность в специалистах по системному ведению информационных процессов, их автоматизации и управлению.

Потребность в таких специалистах заключается в том, что в настоящее время информационный рынок можно считать сформированным. В то же время он продолжает динамично развиваться в разных направлениях, а его основу составляют: собственно, информация разного вида и назначения, электронные сделки и электронная коммуникация и многое другое. Огромное количество как государственных, так и негосударственных фирм и компаний работает в области информационного обслуживания. На мировом рынке выделился ряд фирм и компаний, которые предоставляют своим потребителям комплекс услуг, охватывающих все основные сектора информационного рынка.

Для сохранения и поддержки высокого научно-образовательного потенциала и уровня деятельности российской высшей школы, научных учреждений, библиотечных и управленческих структур необходимо на основе современных информационных технологий обеспечить работникам и студентам, профессорско-преподавательскому составу широкий и открытый доступ к накопленным в России и за рубежом информационно-вычислительным ресурсам.

Отсюда вытекает одна из проблем современного информационного сервиса (в особенности на российском рынке) - необходимость единого информационного пространства, которое способно удовлетворять информационные потребности разных пользователей и

предоставлять новые возможности для ведения бизнеса. Огромный и решающий вклад в глобализацию информационного пространства внесло массовое применение во всех сферах деятельности человека, по крайней мере, в странах западной цивилизации, современных технологий. Именно это позволило информационному пространству человека превратиться из локального, охватывающего довольно ограниченную общность людей (семью, профессиональные и общественные группы, этнос, государство), в глобальное, включающее практически все цивилизованное человечество.

Использование Интернета по всему земному шару в конце XX века подтвердило неизбежность объединения информационных пространств всего мира в единое целое со всеми вытекающими отсюда последствиями, в том числе и для безопасности личности, общества и государства, что стало одной из наиболее актуальных проблем современного рынка информации.

Проведя анализ состояния информационной глобальной среды, можно выделить несколько ее особенностей, относительно проблемы безопасности:

- охват всего цивилизованного человечества;
- прозрачность современного информационного пространства, наличие возможности оказывать воздействие на любого человека и общественные группы через информационные сферы;
- резкое расширение спектра возможных информационных воздействий и увеличение их силы;
- трудность своевременного выявления оказываемых информационных воздействий и предотвращения их негативных последствий.

Эти особенности не дают оснований считать, что введение только правовых норм, регулирующих поведение в информационном пространстве, позволит обеспечить требуемый уровень информационной безопасности личности, общественных групп и всего общества. Велик соблазн нарушить всяческие нормы поведения человека, так как нарушитель чаще всего остается не только безнаказанным, но даже и не выявленным.

Также формирование глобального информационного пространства резко обострило проблемы, в том числе и этические, связанные с интеллектуальной собственностью. Интеллектуальная собственность – это фактически информация, на владение которой претендует или имеет право лицо, называемое собственником. При этом носитель информации играет незначительную роль. Основная проблема заключается в том, что получение информации каким-либо лицом чаще всего не связано и перемещением носителя от собственника к собственнику.

Современное информационное пространство создает пользователю практически неограниченные возможности перемещения по сетям любой информации. Поэтому защита интеллектуальной собственности в таком пространстве является почти неразрешимой задачей, так как либо технически и юридически невозможна, либо стоит слишком дорого. Следствием такого положения являются расцвет сетевого пиратства и хакерства, запуск по сетям вирусов, разрушающих компьютерные программы и уничтожающих информацию, сбор различной информации без ведома лиц и компаний, о которых эта информация собирается.

Глобальное информационное пространство таит в себе определенные угрозы, и по мере его развития эти угрозы могут усиливаться. Но человек не может жить вне этого пространства. Поэтому необходим целый комплекс специальных мер для обеспечения допустимого уровня безопасности жизни и деятельности человека в сети. Но успех этого комплекса может быть достигнут только лишь после приобретения всеми участниками информационного пространства соответствующей этики. Ее основу должна составлять традиционная этика взаимоотношений людей, которая создавалась и проверялась на практике в течение многих веков и без которой трудно представить существование человеческого общества как сейчас, так и в обозримом будущем. Однако в нее должны быть внесены соответствующие коррективы и дополнения, которые учли бы реалии, связанные с

формированием современного, нового информационного пространства и общества.

На данном этапе отчетливо видно, что в современном постиндустриальном обществе информации уделяется главенствующая роль, поскольку именно она является важнейшим социальным ресурсом. Информация и искусство управления ею фактически становятся неотъемлемой и очень важной частью общественного процесса, своего рода базисом для происходящих явлений и событий.

Итак, можно с уверенностью сказать, что развитие рынка информации оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на человечество. С одной стороны, появляется возможность беспрепятственно в любой точке земного шара удовлетворить практически любую информационную потребность любого пользователя, с другой стороны – выдвигаются повышенные требования к информационной безопасности, этике пользователя, существуют опасения за здоровье нации.

2.3. Перспективы развития информационного сервиса

Информационный вид сервиса как явление достаточно новое, несомненно, имеет области, над которыми необходимо работать для улучшения качества предоставляемых услуг. И с каждым годом информационный сервис становится лучше. Об этом можно судить даже по словам известных личностей, которые непосредственно связаны с информацией и процессом информатизации.

В конце XX века Блюменау представлял информационное обслуживание главным образом одной из составляющих научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, технологической сферы, а также информационный сервис состоял из библиотечных сетей и научных центров [34, с.96].

А уже в начале XXI века, Билл Гейтс, человек, понимающий в информационных технологиях многое, утверждал: «Не пройдет и десяти лет,

как для большинства людей ПК станет незаменимым атрибутом домашней и рабочей обстановки, а электронная почта и связь через Интернет - обычным делом, они будут носить с собой цифровые устройства, хранящие их личную и деловую информацию. Появятся новые потребительские устройства, которые будут обрабатывать практически любой вид информации - текст, числа, голос, фотографии, видеозаписи - в цифровом формате».

И, как оказалось, он был совершенно прав. Ведь сейчас в 2019 году сфера информации и информационного обслуживания – это одна из самых быстроразвивающихся сфер. Технологии меняются вокруг нас каждые десять, а то и пять лет настолько кардинально, что мы даже не придаем этому должного значения, не замечаем этого, просто принимаем все, как данное [32, с.202].

Посредством предоставления услуг потребители получают возможность удовлетворения потребностей в актуальных сведениях и знаниях во многих областях. А скорость получения информации делает информационный сервис на уровень выше. Поскольку современный ритм жизни не позволяет ждать много времени, а именно это связано с тем, что время для многих стало экономическим показателем, полностью оправдывая выражение «Время – деньги».

С большой уверенностью можно сказать одно: телевидение, телефония, и тем более книги, газеты и любая периодическая печатная продукция в скором времени совсем уйдут в прошлое. Потребителям уже недостаточно того объема информации, который предоставляют вышеперечисленные источники. С каждым годом этот объем растет, и он будет продолжать расти, увеличивая свой темп с каждым последующим годом.

Таким образом, процесс информатизации достаточно быстрыми темпами внедрился и не перестает включаться во все сферы деятельности людей, а обработка информации во многом стала ведущим видом деятельности [36].

В свою очередь информационная экономика, являясь пока еще достаточно новым видом экономической деятельности, уверенно и быстро входит в жизнь общества. А повышенные требования к качеству подготовки специалистов информационной сферы с каждым днем становятся привычным явлением. Все это ведет к качественно новому перевоплощению самого рынка информационных услуг и тем техническим средствам, с помощью которых нужная информация доносится до каждого из нас.

Заключение

Информационные технологии все с большей эффективностью внедряются в различные сферы общественной жизни, становясь предпосылкой для новых возможностей для формирования гражданского общества. Информация на современном этапе развития общества занимает все большее место, заставляя по-новому оценить ее значение во всех сферах жизнедеятельности.

Такие изменения, происходящие в общественном развитии, совершенным образом меняют социальную среду жизнедеятельности людей. Быстрое развитие технического прогресса не всегда позволяет одновременно с ним адаптироваться остальные системы общества.

Развитие современных информационных технологий, телекоммуникации и связи ведет за собой появление новых видов фирм на рынке, рост которых порождается возрастающим спросом на информацию и информационные услуги. Растет информационный рынок, а успешно функционировать на нем смогут лишь те информационные службы, которые окажутся в состоянии обеспечить конкурентоспособность предлагаемых продуктов и услуг.

В свою очередь, развитие в обществе информационных систем для каждого работника делает возможным иметь необходимую информацию как об общей ситуации в организации в целом, так и о ситуации на любом уровне её развития. Сегодня это стало требованием новой информационной эпохи.

Люди становятся более подготовленными к работе в информационном обществе и хотят большего участия в делах организации.

Однако расширение мирового информационного пространства имеет как положительные, так и отрицательные черты. К положительным сторонам можно отнести увеличенное в несколько раз качество и скорость услуг, которыми мы пользуемся каждый день.

Но не стоит забывать о негативных последствиях глобализации мирового информационного пространства и сферы информационного сервиса.

Сюда можно отнести и процветающее хакерство, «пиратство», возрастающую информационную зависимость людей, чьи потребности во всех видах информации растут постоянно – все это является большой и серьезной проблемой, как для российского рынка, так и для мирового, и государству еще предстоит найти действенные методы борьбы с этими явлениями.

Рынок информационных услуг, несмотря на определенные разногласия по поводу его инфраструктуры, существует и развивается. Одним из самых популярных продуктов на рынке информационных продуктов и услуг являются базы данных, которые предоставляют потребителям возможности долговременного хранения информации, беспрепятственного переноса, удаленного доступа к данным.

Несомненно, что дальнейшее развитие цивилизации зависит от того, как скоро будут изобретены методы быстрой и качественной обработки информации. Поэтому все обозначенные выше проблемы требуют пристального внимания чтобы не оказаться неготовыми идти в ногу с развитыми странами.

И решены эти проблемы могут быть только комплексно, т. к. прогресс информационных технологий и информационного сервиса взаимосвязан и развивается параллельно.

Список литературы

1. Абдуллаев, И. З. Информационное общество и глобализация: Критика неолиберальной концепции.: изд-во «Фан ва технология». -Т., 2006.- 191 с.
2. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006. -255 с.
3. Басгаль В. В., Семенова З. В. Мировые информационные ресурсы: Учебное пособие. Омск. 2004 – 202 с.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество М., 1999.
5. Блюменау Д. И. Информация и информационный сервис. Л., 1989.
6. Брежнева В. В., Минкина В. А. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий. СПб., 2004. — 304 с.
7. В.Н.Костюк «Информация как социальный и экономический ресурс» – М., "Финансы и статистика", 1997 г
8. Варакин, Л. Е. Глобальное информационное общество: Критерии развития и социально-экономические аспекты. - М.: Междунар. Акад.связи, 2001. - 43 с.
9. Вершинская, О.Н. Существующие модели построения информационного общества // Информационное общество, 1999, № 3. - 66 с.
10. Воронина, Т. П.. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М., 1995. - 111 с.
11. Ганчарик, Л. П. Курс лекции по дисциплине информационные технологии в международных отношениях, Минск 2004. - 225 с.
12. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. 2-е изд. исправленное./ Пер. с англ. – М., 2003. – 480с.
13. Жданов, В.С. Электронная коммерция // Информационное общество// В.С. Хабаров. 1999, № 5, с. 42.

14. Землянова, Л. М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура // Вестник Московского университета, Серия 10, «Журналистика» - № 2, 1999, с. 58-59.
15. Иноземцев, В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. - М.: Логос, 2000.
16. Информационное общество: Сб. - М.: 000 «Издательство И74 АСТ, 2004. - 507 с.
17. Казакова А.А., Лантратов О.И., Федотова Е.Н., Шунина Л.В. Новые организационно-экономические механизмы. Информационный сервис библиотеки вуза.// Успехи современного естествознания, №11 2007. С. 154 – 155.
18. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. - М., 1999.- 346 с.
19. Комов, С. А. Информационная борьба в современной войне: вопросы теории // Военная мысль. 1996. N 3. - 73 с.
20. Кравченко В. Информационный сервис – специальность XXI века.// Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев, №2 2004. С. 34 –38
21. Кравченко, А. И., Социология в вопросах и ответах. - М., «Проспект», 2006.
22. Кругман, П.Р., Обстфельд М.Г. Международная экономика. - М.: ИВЦ Маркетинг, 2000. - 543 с.
23. Курицкий, А.Б. Интернет-экономика. Закономерности формирования и функционирования. -СПб.: Издательство С.Петербургского университета, 2000.-232 с.
24. Лактионов, А. Информационное общество: Сб. - М.: ВЛАДОС, 1994.- 173 с.
25. Мелюхин, И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999.- 106 с.

26. Пикулин Д. П. Управление современными услугами: тенденции, опыт, стратегии. Челябинск, 2008. - 246 с.
27. Полонский А. М. Информационные технологии в сервисе. Учебное пособие. Спб., 2007. – 49 с.
28. С. И. Майоров «Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг» – М., «Финансы и статистика», 1993 г.
29. Тоффлер, Э Третья волна. - М.: АСТ, 1999.-549 с.
30. Узбстер, Ф. Теория информационного общества Перевод с английского М. В. Арапова и Н. В. Малыхиной под редакцией доктора филологических наук, проф. Е. Л. Варгановой - М.: Аспект Пресс, 2004.- 458 с.
31. Хромов, Л. И. Теория информации и теория познания. - СПб, Изд. Русского философского общества, 2006. - 200 с.
32. Чернов, А. А. - М.: Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. - 232 с.
33. Черри, К. Человек и информация. - М., Связь, 2003. - 239 с.
34. Чугунов, А. В. Развитие информационного общества: теория, концепции и программы: Учебное пособие. - СПб.: Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. - 98 с.
35. Янков, М. Материя и информация. - М., 2001.- 308 с.
36. Лазарев А. Ю. Перспективы развития единого информационного пространства Российской Федерации.// [Электронный ресурс] –URL: <http://www.fpa.su/problemy-realizatsiikonstitutsionnogozakonodatels/perspektivy-razvitiya-edinogo-informatsionnogo-prostranstva-rossiyskoj-federatsii-a-yu-lazarev.html> (дата обращения: 02. 11. 2019.).
37. Миндалев И. В. Мировые информационные ресурсы. Электронный учебно-методический комплекс.// [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kgau.ru/istiki/umk/mir/index.html> (дата обращения: 22.10.2019.).