

Содержание:

image not found or type unknown



ВВЕДЕНИЕ

Информатизация как одна из наиболее ярких черт системы общественных отношений развитых стран все более привлекает внимание ученых. Существует довольно обширная литература по философским социальным и экономическим проблемам постиндустриального этапа развития человечества. При всем разнообразии конкретных черт рассматриваемого феномена, выделяемых исследователями, все они едины в том мнении, что человечество вступило в новый этап развития цивилизации в котором информация и знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. В отечественной литературе проблемы информационного общества представлены в основном работами философов, рассматривающих влияние информатизации на социальные процессы, государство, культуру, психологию человека. В последнее время стали появляться работы, посвященные конкретным экономическим и технологическим проблемам индустрии информатики, где поставлены вопросы измерения и оценки информации экономической эффективности информационной деятельности формирования рынка информационных услуг.

Информация оказывает существенное влияние на все отрасли производства и инфраструктуры; в действии рыночного механизма информационного общества также появляются новые черты, отличающие его от рынка индустриальной эпохи.

Итак, признаки нового постиндустриального этапа достаточно четко прослеживаются в развитых странах. Однако в учебниках по экономической теории эти новые тенденции на мой взгляд пока еще не получили достойного отражения. Во многих из них традиционно выделяются лишь такие виды ресурсов как земля, труд, капитал, предпринимательские способности, хотя постиндустриальная цивилизация ставит в один ряд с ними информацию. Сегодня знаменитое выражение Фрэнсиса Бэкона “знание - сила” как никогда прежде приобретает конкретный смысл. Информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста, что также лишь вскользь отмечается в учебниках. В связи с этим представляется целесообразным исследование проблемы по

экономики информационного общества.

Цель реферата - изучить структуру и характеристики информационного бизнеса.

Для этого необходимо решить следующие задачи: дать определение информационному бизнесу, квалифицировать виды и услуги информационных товаров, изучить информационный продукт и его особенности.

Объект исследования - информационный бизнес, предмет исследования - информационная база.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРИНЯТЫХ СОКРАЩЕНИЙ

ВНП - Валовой национальный продукт

ВЦ - Вычислительный центр

1. ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕС

1.1 История развития информационного бизнеса

Информационный бизнес представляет собой сравнительно новую сферу предпринимательской деятельности в виде крупнейшего многоотраслевого комплекса со своей сложившейся инфраструктурой. Информационный бизнес с одной стороны входит в инфраструктуру всей системы предпринимательской деятельности наряду с банками, биржами, аудиторскими компаниями и т. д., а с другой стороны является самостоятельной сферой бизнеса.

Информационный бизнес в западных странах зародился в 60-х годах, формировался как самостоятельная отрасль в 70-е годы, а в 80-е годы превратился в крупнейший многоотраслевой комплекс со своей инфраструктурой. Сначала информационные технологии использовались в связи со сложностью и дороговизной только в научных центрах и крупных промышленных компаниях. По мере совершенствования и удешевления информационные технологии проникли в разные отрасли и дали возможность совершенствования и улучшения

эффективности последних. В результате развития информационных технологий появились и сформировались новые потребности общества. Переходя к инфраструктуре информационной отрасли необходимо сразу отметить, что сфера информационного бизнеса очень обширна и включает различные виды деятельности, которые прямо или косвенно связаны с информацией. Причем постоянно происходит изменение и увеличение объемов инфраструктуры. Начав с производства продуктов и услуг прямо связанных с вычислительной техникой (сегодня это в основном персональные компьютеры) информационный бизнес захватывает все новые и новые области человеческой деятельности практически не связанные с компьютерами.

Рассматривая современную инфраструктуру бизнеса необходимо иметь в виду, что разные специалисты в разных странах неоднозначно трактуют и описывают ее. Вот всего лишь несколько таких подходов. Ю.М. Каныгин выделяет следующие основные элементы: различного типа; абонентские пункты дающие абонентам доступ к информационным ресурсам; совокупность организационных элементов обеспечивающих управление электронно-вычислительным и информационным потенциалом; структурные элементы отрасли удовлетворяющие потребности ВЦ в программном и информационном обеспечении (фонды алгоритмов и программ банки данных знаний и т.д.), а также различные обеспечивающие элементы. Это пример анализа инфраструктуры сложившейся у нас. Другой пример-анализ инфраструктуры информационного бизнеса сложившейся в США хотя там также имеются разные подходы. Например, Э. Эттингер разработал схему развития информационного бизнеса в основу, которой положена компьютеризация различных сфер экономики. В центре - компьютер, а вокруг располагаются остальные элементы бизнеса - от каналов связи к конечному продукту.

Еще одна схема была разработана Л. Джем и является одной из наиболее удачных и удобных для рассмотрения и понимания информационной инфраструктуры. Каждый из восьми сегментов схемы включает различные виды деятельности не все, из которых прямо и исключительно связаны с информацией. Тем не менее, каждый вид деятельности, показанный в сегменте, так или иначе, важен для информационного бизнеса.

1.2 Информационный бизнес: понятие специфика и виды

Информационный бизнес -- это бизнес, который предполагает продажу информации. Если определить информационный бизнес в бизнес - категорию, то его можно отнести в раздел услуги. То есть информационный бизнес построен на предоставлении какой-либо информации. И, конечно же, в наш век развития информационных технологий будет логичным предлагать её в сети Интернет.

Интернет - всемирная система объединённых компьютерных сетей, построенная на использовании протокола IP и маршрутизации пакетов данных. Интернет образует глобальное информационное пространство, служит физической основой для Всемирной паутины и множества других систем (протоколов) передачи данных. Часто упоминается как «Всемирная сеть» и «Глобальная сеть».

В информационном обществе акцент внимания и значимости смещается с традиционных видов ресурсов на информационный ресурс, который хотя всегда существовал, не рассматривался ни как экономическая, ни как иная категория; никто специально не говорил о нём и тем более не вводил никаких определений.

Одним из ключевых понятий при информатизации общества стало понятие «информационные ресурсы» толкование и обсуждение которого велось с того момента когда начали говорить о переходе к информационному обществу. Этому вопросу посвящено довольно много публикаций, в которых отразились и разные мнения и определения и разные научные школы, рассматривающие эти понятия.

В ГОСТ 7.0-99 содержится следующее определение Информационных ресурсов.

Информационные ресурсы - это совокупность данных организованных для получения достоверной информации где

Данные - это информация, обработанная и представленная в формализованном виде для дальнейшей обработки.

Макарова Н.В. рассматривает информационные ресурсы как отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках архивах фондах банках данных других информационных системах). [9 с. 23]

Надо понимать что документы и массивы информации, о которых говорится, не существуют сами по себе. В них в разных формах представлены знания, которыми обладали люди создававшие их. Таким образом, информационные ресурсы - это знания подготовленные людьми для социального использования в обществе и зафиксированные на материальном носителе.

Информационные ресурсы общества, если их понимать, как знания отчуждены от тех людей, которые их накапливали, обобщали, анализировали, создавали. Эти знания материализовались в виде документов, баз данных, баз знаний алгоритмов компьютерных программ, а также произведений искусства, литературы, науки.

В настоящее время не разработана методология количественной и качественной оценки информационных ресурсов, а также прогнозирования потребностей общества в них. Это снижает эффективность информации накапливаемой в виде информационных ресурсов и увеличивает продолжительность переходного периода от индустриального к информационному обществу. Кроме того неизвестно какой объём трудовых ресурсов должен быть задействован в сфере производства и распространения информационных ресурсов в информационном обществе. Несомненно, в будущем эти проблемы будут решены. Развитие мировых информационных ресурсов позволило:

1. Превратить деятельность по оказанию информационных услуг в глобальную человеческую деятельность;
2. Сформировать мировой и государственный рынок информационных услуг;
3. Образовать всевозможные базы данных ресурсов регионов и государств, к которым возможен сравнительно недорогой доступ;
4. Повысить обоснованность и оперативность принимаемых решений в фирмах банках биржах промышленности торговле и др. за счёт своевременного использования необходимой информации.

В современных условиях активного сотрудничества России со странами Запада важную роль играет качественное и оперативное информирование партнёров не только в области научно-технической, но и информационном бизнесе.

С развитием рыночных отношений появляются не возникавшие до настоящего времени задачи обеспечения специалистов полным набором экономической и коммерческой информации, без которой невозможна нормальная предпринимательская деятельность. Причём эта информация нужна специалистам не от случая к случаю, а постоянно.

1.3 Информация, информационные продукты для бизнеса

Информация -- общенаучное понятие, связанное с объективными свойствами материи и их отражением в человеческом сознании.

Таким собирательным термином как «информационные продукты для бизнеса» можно обозначить те информационные объекты гражданских прав, которые имеют следующие общие признаки:

- указаны в законодательстве как информационные ресурсы и системы;
- создаются в целях получения прибыли;
- находятся на праве собственности;
- не относятся к объектам интеллектуальной собственности;
- оборотоспособные, т.е. выступают в качестве товара при соблюдении интеллектуальных прав их разработчиков, причем право авторства и право собственности могут принадлежать разным лицам;
- практически применимы;
- имеют денежную стоимость;
- являются базой для принятия управленческих решений, причем от качества и степени адаптации деловой информации зависит уровень управленческих решений.

Согласно Федеральному закону от 20 февраля 1995 г. «Об информации информатизации и защите информации» информационными ресурсами являются отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (в том числе банках данных).

Информационные ресурсы являются разновидностью документов объектами отношений физических и юридических лиц обязательно документируются, являются элементом состава имущества и объектом права собственности.

Документ по законодательству - это более широкое понятие, чем информационные ресурсы. Не всякий документ может являться собственностью. Документ - это материальный носитель с зафиксированной на нем информацией в виде текста звукозаписи (фонограммы) изображения или их сочетания предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях общественного использования и хранения (ст. 1 Федерального закона от 29 декабря 1994 г. «Об обязательном экземпляре документов»).

Информационная система - организационно упорядоченная совокупность документов (массивов документов) и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы.

Информационный бизнес, ставший одним из наиболее прибыльных и перспективных, привлекает все больше и больше фирм. Информационные потребности разных уровней растут быстрыми темпами, что расширяет возможности информационного обмена, ведет к появлению все новых информационных продуктов, стимулирует развитие всех видов информационной деятельности.

Результатом информационной деятельности является информационный продукт, который предстает на рынке в виде информационных товаров и услуг.

С другой стороны, существует множество информационных товаров и услуг, которые не являются результатом информационной деятельности. Это, прежде всего материальные компоненты, которые необходимы для производства переработки хранения и распространения информации.

Отметим основные особенности информационного продукта, которые кардинально отличают информацию от других товаров.

Во-первых, информация не исчезает при потреблении, а может быть использована многократно. Информационный продукт сохраняет содержащуюся в нем информацию независимо от того сколько раз она была использована.

Во-вторых, информационный продукт со временем подвергается своеобразному “моральному износу”. Хотя информация и не изнашивается при употреблении, но она может терять свою ценность по мере того как предоставляемое ею знание перестает быть актуальным (процесс “старения” информации может длиться от пяти до пятнадцати лет).

В-третьих, разным потребителям информационных товаров и услуг удобны разные способы предоставления информации ведь потребление информационного продукта требует усилий.

В - четвертых, производство информации в отличие от производства материальных товаров требует значительных затрат по сравнению с затратами на тиражирование. Копирование того или иного информационного продукта обходится как правило намного дешевле его производства.

2. ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЫНОК

Информационный рынок - это совокупность отношений, направленных на:

1. формирование и использование информационных ресурсов на основе создания сбора, обработки накопления, хранения, поиска, распространения и предоставления потребителю документированной информации;
2. создание и использование информационных технологий и средств их обеспечения;
3. защиту информации прав субъектов участвующих в информационных процессах и информатизации.

Правовой режим объектов информационного рынка установлен Гражданским кодексом РФ, федеральными законами: «Об информации информатизации и защите информации», «Об участии в международном информационном обмене», «Об электронной цифровой подписи».

Положительная динамика сделок в сфере информации позволяет констатировать факт интенсивного развития информационного рынка. В данной ситуации правовое регулирование рыночных отношений, в том числе сделок по поводу информационных продуктов, отстает от его потребностей. Условно рынок информации подразделяется на два сегмента: «гражданский» и «деловой». Информация в первом сегменте - научно-технические, политические, экономические, справочные, культурные и другие сведения, которые характеризуются общедоступностью, имеют различную форму представления, низкий ценовой предел; не предназначены для целевого использования в предпринимательской деятельности и не являются объектами предпринимательских сделок. Рынок деловой информации представлен информационными продуктами (в том числе ресурсами технологиями и системами) используемыми в предпринимательских целях.

2.1 Структура рынка информационных продуктов и услуг

Совокупность средств, методов и условий, позволяющих использовать информационные ресурсы, составляет информационный потенциал общества. Это не только весь индустриально-технологический комплекс производства современных средств и методов обработки и передачи информации, но также сеть научно-исследовательских, учебных, административных, коммерческих и других организаций, обеспечивающих информационное обслуживание на базе современной информационной технологии. В настоящее время, в России быстрыми темпами идет формирование рынка информационных продуктов и услуг,

важнейшими компонентами которого являются:

Техническая и технологическая составляющая. Это современное информационное оборудование, мощные компьютеры, развитая компьютерная сеть и соответствующие им технологии переработки информации.

Нормативно-правовая составляющая. Это юридические документы: законы, указы, постановления, которые обеспечивают цивилизованные отношения на информационном рынке. (Закон "Об информации информатизации и защите информации", Закон "Об авторском праве и смежных правах"; Закон "О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных" Закон " О правовой охране топологий интегральных схем").

Информационная составляющая. Это справочно - навигационные средства и структуры, помогающие находить нужную информацию.

Организационная составляющая. Это элементы государственного регулирования взаимодействия производителей и распространителей информационных продуктов и услуг.

Информационный рынок, несмотря на разные концепции и мнения относительно его инфраструктуры существует и развивается, а значит можно говорить о бизнесе информационных продуктов услуг, под которым понимается не только торговля и посредничество, но и производство.

Функции информационного бизнеса:

- управление финансами и ведение учета;
- управление кадрами;
- материально-техническое снабжение;
- организация производства;
- маркетинговые исследования;
- лизинговые операции;
- консультационное обслуживание;
- страхование имущества и информации;
- организация службы информационной безопасности;
- сервисное обслуживание.

2.2 Общие проблемы рынка информационных продуктов и услуг

На протяжении десятилетия журнал "Информационные ресурсы России" постоянно отслеживал состояние рынка информационных продуктов и услуг. Неоднократно отмечалось, что этот рынок достаточно разнообразен. Отдельные его сегменты, например, рынок правовой информации, развивались достаточно успешно. В последнее время была заметной деятельность в сфере цифровой картографической информации, финансовой информации, новостных потоков, в том числе в интернете. В то же время информационный рынок спустя десятилетие остается еще не вполне сформировавшимся и малорентабельным.

Информационная инфраструктура состоит как бы из трех контуров: сохранившиеся информационные потоки от организаций старого типа, новые информационные потоки рыночных структур, теневые информационные потоки. При решении многих рыночных задач предприятиям приходится использовать сведения из разных потоков и доступ к ним не всегда прост. Но ни один из потоков не представляет собой полноценный ресурс для информационной поддержки развития общества.

Существуют лишь отдельные продукты: локальные информационные системы, многочисленные интернет-сайты, часто с непроверенной информацией. Это существенно затрудняет формирование единой информационной системы предприятия, способной оказать действенную помощь в управлении бизнесом.

О рынке теневой информации уже много писалось в открытой печати, но, из-за неурегулированности информационных отношений в стране этот поток не иссякает. Сегодня по электронной почте регулярно приходят предложения от фирм или отдельных лиц содержащие весь набор официальных баз данных. Граждане России пока не осознают всей опасности такого свободного распространения информации о них самих их жилищах, паспортах, автомобилях и т.д.

Вполне закономерно, что традиционные службы научно-технической информации тяжело приспособлялись к нынешним экономическим реалиям. Ранее их деятельность была ориентирована на корпоративных клиентов. Но в 70-80-е годы сотрудникам информационных институтов не приходилось задумываться захотят ли предприятия или отдельные граждане покупать продукты их труда. Мало кто пытался выявить и удовлетворить потребности людей да еще минимизируя издержки. Производителям редко приходилось задумываться, как продать продукт

своего труда поскольку они действовали в рамках соответствующих инструкций и нормативных документов вышестоящих органов.

Настоящий потребитель ресурсов научно-технического развития в рыночных условиях так и не появился. На протяжении всего десятилетия основная часть российских предприятий думала лишь о выживании. Им практически были не нужны информационные ресурсы научно-технического развития. Лишь в последнее время власти внятно заговорили о научной и промышленной политике. Стали появляться концепции развития отдельных отраслей в которых указывается на необходимость создания поддерживающей информационной инфраструктуры. Появилась надежда что создание и поддержание информационных ресурсов необходимых для развития разных сфер приобретет системный характер, а достоверность информации будет обеспечиваться соответствующими регламентами и законами.

Нынешнее состояние рынка во многом обусловлено сохраняющейся информационной закрытостью не только многих государственных структур (можно найти множество таких примеров в открытой печати), но и крупных корпоративных структур, которые не подошли еще к международным нормам "прозрачности" ведения бизнеса. Хотя отдельные примеры цивилизованного оформления крупного бизнеса уже проявилось, подавляющее большинство предприятий предпочитает оставаться в тени.

Достоверность деловой информации определяется, прежде всего, точностью сведений представляемых хозяйствующими субъектами. Стиль работы российского предпринимателя сложившийся в период первоначального накопления капитала приватизации акционирования практически не способствовал процессам сбора достоверной информации. Лишь немногие руководители фирм стремились точно рассказать о своем бизнесе с тем, чтобы найти подходящих партнеров.

Трудности со сбором информации приводили к снижению качества издаваемых продуктов. Упускалось множество мелких деталей, которые и придают определенную значимость информационному продукту.

Полноценное развитие информационного рынка сдерживалось также из-за недостаточного распространения в России подходящих недорогих информационных технологий, технологических и экономических барьеров, ограничивающих доступ массового пользователя к информационным ресурсам.

Что касается широких слоев населения то дальнейшее развитие средств и систем (в том числе мобильных), доступа в интернет, снижение тарифов использования информации в сети может избавить граждан от необходимости обращаться к сомнительным источникам информации. Но при условии, что в ближайшие годы действительно будет преодолена ведомственность и появятся информационные ресурсы, интегрирующие сведения из разных источников для решения определенных типов задач.

Информационные ресурсы России представляют собой огромный конгломерат информационных объектов значительно различающихся по содержанию организации используемым технологиям ценности. К сожалению, значительная часть этих ресурсов недостаточно приспособлена к использованию массовым пользователем и представляет собой информационное сырье. Задача состоит в том, чтобы организовать эффективный поиск исходных информационных ресурсов представляющих интерес, в том числе и для бизнеса и "доводку" этого сырья до уровня качественного информационного продукта. Однако в стране еще недостаточно развиты структуры специализирующиеся на такой работе.

Все указанные выше трудности развития информационного рынка фактически переносятся на те направления, которые связаны с развитием новой экономики в частности интернет - технологий. Успех дела связанного с обработкой разнообразных потоков цифровой информации зависит не столько от технологии как таковой (профессионалы доказали, что способны быстро осваивать новое) сколько от правильного сочетания элементов организации деловой практики и соответствующих им инструментов.

Иногда перспективы российской электронной коммерции связывают с ростом присутствия населения страны до уровня 10% от общего количества. Но в Москве фактически, уже достигнут, этот показатель. Следовательно, по нынешнему состоянию электронной розничной торговли в столице можно судить о восприимчивости новых информационных технологий массовой аудиторией. Общий же вывод сейчас таков: бизнес растет, но развивается недостаточными темпами, из-за низкой платежеспособности значительной части интернет - аудитории (школьники работники госучреждений да не слишком богатый малый бизнес).

Принципиальным моментом для развития интернет - бизнеса является выход в сеть всего множества корпоративных клиентов. Дело это добровольное и нужна серьезная мотивация для освоения предприятиями интернет - технологий. Традиционные информационные службы могли бы стать хорошим посредником для своих клиентов в деле освоения новых возможностей.

3. РАЗВИТИЕ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ И ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Сегодня во всех странах независимо от уровня экономического и социального развития происходит структурная перестройка, связанная с ростом информационного сектора экономики и соответственно влекущая за собой значительные социальные, политические и культурные изменения в обществе.

1987 год принято считать датой начала формирования российского информационного рынка. В это время появились нормативные документы официально разрешающие деятельность кооперативов и предприятий с иностранным участием сыгравших важную роль в развитии рынка деловой информации в России. До этого времени, хотя информация и признавалась товаром рыночные отношения, сдерживались из-за жесткой государственной регламентации информационной сферы. За последнее десятилетие можно выделить два периода развития информационного рынка. С 1987 года по 1992 год условия для развития рынка информационных продуктов и услуг были благоприятны (возникновение новых потребностей в результате активизации предпринимательской деятельности относительно высокий платежный спрос, наличие дешевого информационного "сырья", созданного в рамках государственных структур). Активность коммерческих фирм в информационной сфере определялась возможностью получения значительных прибылей. Некоторые фирмы даже смогли купить собственность, которая позволила им в дальнейшем конкурировать с более крупными структурами. Жесткая либерализация экономики в 1992 году привела к существенному ухудшению макроэкономических условий для развития рынка информационных продуктов и услуг. Сохранившие информационный бизнес фирмы вынуждены были настраиваться на потребности платежеспособных групп. Это привело к ограничению номенклатуры общедоступных на рынке продуктов "вымыванию" дешевых услуг. Информационное производство стало невыгодным. Успехи по продажам были, как правило, связаны не с качеством информационного продукта, а с успешной рекламной кампанией.

Ярким проявлением этих тенденций является значительное увеличение числа занятых информационной деятельностью, т.е. деятельностью, связанной с производством, обработкой, хранением и распространением информации.

Рынок информационных товаров и услуг является сегодня самым динамично развивающимся. В развитых странах, прежде всего в США, доля работников информационного сектора экономики в общем числе занятых уже превышает 50 %. Вклад информационного сектора в ВВП развитых стран по разным оценкам составляет 10-25 %.

Что же касается рынка России, то информация представлена на различных носителях. Печатные справочные издания массового назначения имеют тираж 50-100 тыс., специализированные (включая адресные регистры) успешно расходятся в количестве 3-5 тысяч. Несмотря на широкое развитие автоматизации, потребители не отказываются от дешевых и удобных печатных изданий с коммерческими предложениями.

До прихода в Россию сети Internet телекоммуникационные проекты не оказывали значительного влияния на развитие российского рынка информационных продуктов и услуг. Количество пользователей электронной почты достигло порядка 500 тыс. человек в режиме on-line работали несколько десятков тысяч пользователей, что не сопоставимо с миллионами пользователей диалоговых услуг в США. Информационные потоки в телекоммуникационных сетях были сильно децентрализованы, что создавало неудобства для пользователей разнообразной информации. Опыт многих развивающихся стран показывает, что приоритетное развитие информационного производства в силу стратегического характера информационных ресурсов в развитии современного общества позволило многим государствам преодолеть огромный разрыв в уровне экономического и социального развития по сравнению с развитыми странами.

В связи с этим изучение информационного производства и в частности рынка информации и его особенностей представляет сегодня значительный теоретический и практический интерес.

Рынок информации включает такие сектора как коммуникации, образование, научно-технические исследования, печать, кино, реклама, управленческая деятельность и т. д. Развитию рынка информационных технологий большое внимание уделяет государство.

На заседании Совета безопасности, проходившем 25 июля 2007 года под председательством Владимира Путина, была утверждена стратегия развития информационного общества в России.

Стратегия развития информационного общества устанавливает общие стратегические ориентиры развития до 2022 года. Важнейшими приоритетами стратегии являются: реализация на практике конституционных прав граждан на доступ к информации. Обеспечение равных возможностей для получения базовых услуг связи вне зависимости от территории или региона где проживают наши граждане стимулирование дальнейшего распространения и массового применения информационных технологий в социально-экономической сфере.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На первый взгляд не происходит ничего сверхъестественного -- информационная индустрия является новой отраслью технологий она всегда бурно развивалась ускорения чередовались с относительно плавными периодами. Происходящее сегодня сопоставляют с такими вехами как появление персональных компьютеров в эпоху властвования больших ЭВМ и повсеместное объединение персональных компьютеров в локальные сети. Соглашаясь с этим сравнением, отметим эволюционный характер явления. Просто, когда люди хотят отразить важность какого-либо момента, они называют его революционным -- это из области маркетинга.

Никто не может игнорировать новые технологии, широко распространяющиеся в нашей жизни не говоря уже о той непосредственной выгоде, которую из них могут извлекать потребители уже сегодня. Результаты этих усилий уже воплощаются в реальных проектах.

В результате развития информационных технологий и большой прибыльности проектов в отрасль привлечено множество фирм. В результате создалась ситуация совершенной конкуренции. Результатом сегодняшней обостренной конкуренции будет совершенствование ИТ появятся новые отрасли рынок предложения станет прозрачнее.

Результатом проделанной работы является обобщение теории информационного бизнеса и характеристика состояния этого бизнеса в нашей стране. Подводя итог можно сказать, что экономическая теория часто использует традиционные подходы, при анализе рынков информационных продуктов рассматривая информацию как один из многих производимых и потребляемых товаров который всего лишь обладает рядом особенностей.

С другой стороны вместе с индустриальной ступенью развития общества экономический образ мышления уходит в прошлое, заставляя переосмыслить казавшиеся бесспорными аксиомы, коренным образом изменяя точку зрения на многие проблемы. Оценка результатов информационной деятельности и информационного обмена предполагает использование новых критериев. Вероятно, они будут вырабатываться с использованием достижений многих научных дисциплин, которые занимаются изучением феномена информации. Возможно, признание роли информации и информационной деятельности в современном экономическом и социальном развитии является первым, но не самым важным шагом на пути становления информационного рынка и информационной экономики в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Книги

1. Максимова В.Ф. Микроэкономика. Университетская серия. Учебник. – г. Москва, Издательский дом «Университет «Университет», 2020, – 467 с.
2. Моисеева С.Р. Банковское дело. Университетская серия. Учебник. – г. Москва, Маркет ДС, 2008, – 480 с.
3. Новашина Т.С. Экономика и финансы организации. Университетская серия. Учебник. – г. Москва, Издательский дом «Университет «Университет», 2020, – 335 с.
4. Рубин Ю.В. Основы предпринимательства. Университетская серия. Учебник. – г. Москва, Издательский дом «Университет «Университет», 2020, – 517 с.

Электронные ресурсы

7. Сайт www.wikipedia.com