

Ірина Терещенко,

в. о. мол. наук. співроб. СІАЗ НБУВ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ЕЛЕКТРОННО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ, ПОСЛУГ ТА СУЧАСНА БІБЛІОТЕЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Стаття присвячена висвітленню особливостей та проблем формування національного електронно-інформаційного ринку та діяльності бібліотек.

Ключові слова: інформаційний ринок, інформаційний продукт, бібліотека, бібліотечні послуги, інформація, інформаційне забезпечення, Інтернет.

Розвиток та становлення глобального інформаційного суспільства характеризується істотними змінами в усіх сферах життєдіяльності людини та висуває нові вимоги до всіх учасників інформаційного ринку.

Виникає дедалі більша кількість потоків інформації, з'явилася можливість вільно обмінюватись ідеями та знаннями, запроваджувати їх у життя. Інформація перетворилася на ресурс, стала предметом дедалі більш ефективного використання в усіх сферах суспільного життя.

Інформатизація суспільства відкриває перспективи функціонування бібліотеки як інтелектуально-виробничої системи. В умовах ринкової економіки формується динамічне ринкове середовище у сфері обігу інформаційних ресурсів, в якому бібліотеки мають стати активними учасниками. Сьогодні розвивається процес формування цілого спектра електронних інформаційних продуктів та послуг, пропонує бібліотеками своїм користувачам у рамках становлення ринку інформації та інформаційних послуг. Цей процес розвивається та має великі перспективи. Електронні ресурси поступово стають основним джерелом інформації та забезпечують нову перспективу для бібліотек як сучасних інформаційних центрів.

Ринкові умови спонукають бібліотеки до участі у розвитку інформаційних процесів у специфічних для них формах організації.

Інформаційний ринок за оборотом і темпами зростання в більшості розвинутих країн далеко випереджає ринок матеріальних продуктів і послуг.

У рамках економіки розвинутих країн відбулося відокремлення секторів з виробництва ЕОМ, електронних компонентів, комунікаційної техніки, програмного забезпечення, сервісного обслуговування тощо. Вони

утворюють інформаційну (комп'ютерну) промисловість, або індустрію. Як показав досвід цих країн, розвиток інтелектуального, а особливо інформаційного ринку є головним фактором інформатизації суспільства [1].

Закон України «Про науково-технічну інформацію» дає визначення інформаційному ринку: «Інформаційний ринок – це система економічних, організаційних і правових відносин щодо продажу і купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг» [2].

Інформаційний ринок являє собою сферу товарного обміну, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з процесом купівлі-продажу і має місце конкретна діяльність з організації руху інформаційних продуктів від виробників до споживачів. Поняття ринку того чи іншого інформаційного продукту для інформаційної структури надзвичайно важливе: цей термін дає змогу визначити, крім усього іншого, усю сукупність інформаційних структур, що функціонують у цій системі обміну, а це дає можливість виявити потенційних і реальних конкурентів і споживачів. Такі відомості є основою для аналізу діяльності інформаційної структури, планування її стратегії і тактики.

Структура інформаційного ринку безпосередньо пов'язана з інформаційними потребами. Формування інформаційного ринку відбувається водночас із розвитком інформаційної індустрії [1].

У ринкових умовах господарювання інформація стає товаром, який має соціальні, якісно-кількісні, вартісні виміри та характеристики, своїх виробників і своїх споживачів. В іншому аспекті вона являє собою семіотично (знаково) уречевлені знання та відомості, зорієнтовані на задоволення ментальних (духовно-інтелектуальних) потреб людини й організаційно-виробничих, політичних потреб суспільства. З одного боку, інформація є продуктом інтелектуального опрацювання більших чи менших масивів знань, а з іншого – підґрунтям для подальшого використання з метою виготовлення конкретного товару, здійснення конкретного виробничого процесу тощо. Залежно від призначення інформація набуває тієї чи іншої форми (книга, стаття, аналітична довідка, рекламний проспект, автоматизована база даних і т. д.). Таким чином, інформаційний ринок – це ринок інформаційних продуктів та послуг (ІПП), де діють усі обов'язкові атрибути: закони попиту і пропозиції, життєвий цикл товару, ціна тощо.

В Україні є всі умови для формування та регулювання національного інформаційного ринку. Спираючись на існуючі ринкові механізми, світовий досвід та рекомендації, можна визначити організаційні й економічні аспекти створення вітчизняного ринку ІПП, виявити його труднощі і проблеми. До організаційних аспектів належить вирішення питань нормативно-законодавчої бази, правового захисту, структуризації за формами

власності, підпорядкованістю та виробничими проектами інформаційних структур, розбудови інфраструктури [3]. Економічні аспекти формування ринку ІПП розкриваються через закони попиту й пропозиції, які, у свою чергу, визначають життєвий цикл ІПП, їх ціни, джерела фінансування.

Інформаційний попит зумовлює сукупність характеристик ІПП (кількість, якість, обсяг, вид тощо), які необхідні споживачеві в певний час, у певному суспільному оточенні для вирішення поставлених завдань.

Інформаційна потреба проявляється у прагненні використовувати інформацію не тільки як відтворюваний продукт праці, але й як відбиття об'єктивної реальності навколишнього середовища для підтримки і розвитку матеріальних та духовних основ суспільства. Потреби визначають зміст, обсяг, структуру, динаміку попиту, тому потреба є первинною відносно попиту і підлягає вивченню в першу чергу. Найкраще сутність інформаційної потреби розкривається через отримання відповідей на систему запитань:

– що? – змістова спрямованість і характер інформаційної потреби (інформації);

– хто? – структура споживачів;

– скільки? – обсяги, якість, інші характеристики інформації;

– навіщо? – сфера використання інформації;

– як? – шлях і вид отримання та передачі інформації.

Залежно від часу запиту і критеріїв охоплення всі види інформації можна класифікувати таким чином:

– ретроспективні, поточні і перспективні, тобто йдеться про потребу в раніше опрацьованих даних (об'єктах застосування) для аналізу досягнутого, для актуалізації проблем, над якими працює споживач, і використання розробок у майбутньому;

– нормативні, фактичні, додаткові (потрібні для планування, техніко-економічного обґрунтування тощо);

– тематичні, галузеві, бібліографічні, картографічні, аналітичні, довідкові, концептуальні тощо.

Кожен вид має якісно-кількісні характеристики (актуальність, новизна, надійність, обсяг), вартісні виміри, життєвий цикл відповідно до наукового та соціально-економічного рівнів розвитку суспільства.

Задовольняється інформаційна потреба відповідними шляхами і способами передачі інформації (на паперових, магнітних, оптичних носіях, через мережі зв'язку, на запит, циклічно, у встановлені строки).

Діяльність ринку ІПП, так само як усіх інших ринків товарів і послуг, пов'язана з формуванням рівнів, співвідношень і структури цін, ліквідацією дисбалансів між вартістю товару та матеріально-виробничими

витратами, встановленням на цій основі рівноваги законів попиту і пропозиції. Як відомо, ці закони визначають еквівалентність обміну, співвідношення товарних і грошових потоків, рівень платоспроможності, асортимент товару, його якість і кількість. Тільки враховуючи ринкові вимоги та правила, можна виробити механізм рівноваги між цими законами та умови їх дії і, відповідно, визначитися з усіма характеристиками цін.

На жаль, в Україні інтелектуальний продукт сьогодні оцінюється дуже низько. Щоправда, уже практикується плата за авторську ідею, за інтелектуальні розробки на підставі договірних відносин, але вони оцінюються певним процентом від вартості проекту (бізнес-плану), мови ж про участь у розподілі очікуваних результатів (прибутків) нема. А тим часом світова практика показує, що високоякісна інформація, за наявності спеціалістів, які вміють кваліфіковано з нею працювати, дає імпульс усім виробничим процесам, збільшує ефективність підприємницької діяльності.

Використання інформаційних продуктів та послуг найчастіше не дає швидких результатів, але саме вони є рушійною силою прогресу, і тому потрібно вирішити цілий ряд проблем. Серед них найважливішими є такі:

- підвищення ролі комерційних структур у фінансуванні закупівель матеріальних інформаційних засобів, розвитку телекомунікацій, мереж зв'язку, поповненні інформаційних фондів;
- надання інформаційній сфері пріоритету, у зв'язку з чим належить здійснити відповідний перерозподіл бюджету, розширити можливості отримання інвестицій та ін.;
- забезпечення і захист авторських прав;
- налагодження державного статистичного обліку наявності баз даних, обчислювальної техніки, створення системи матеріального забезпечення, надходження оперативних даних про виробників і споживачів інформації, про посередників, операторів мереж зв'язку, про потребу в кадрах тощо [4].

Український інформаційний ринок має свої особливості. Формування українського ринку інформаційних послуг перебуває на початковій стадії і характеризується низьким рівнем структурованості, насамперед спеціалізації послуг і розподілу сфер діяльності. Також розвиток інформаційного ринку за традицією йде від центру до регіонів – більшість структур інформаційного бізнесу зосереджено в столиці. Але беручи до уваги потенціал України, у близькій перспективі можна очікувати створення в країні ринку інформаційних продуктів і послуг, аналогічного за значущістю та прибутковістю відповідним ринкам країн Європи [5].

У цивілізованому світі бурхливо розвиваються цифрові технології, відбувається колосальний щосекундний обмін інформацією і знаннями. Проте за кількістю комп'ютерів на тисячу жителів Україна відстає від

середньосвітового рівня у 3,5 раза (від ЄС – майже у 10 разів), а за кількістю інтернет-хостів на тисячу жителів від середньосвітового рівня – у 15,6 раза, ЄС – у понад 45 разів.

За даними досліджень компанії Miniwatts Marketing Group, Україна займає десятку країн Європи, в яких налічується найбільша кількість користувачів Інтернету.

У вересні 2009 р. українська інтернет-аудиторія налічувала 10,4 млн осіб, говориться в дослідженні компанії. За цим показником Україну значно випереджають Польща (20 млн), Туреччина (26,5 млн) та Росія (45,3 млн). Абсолютним же лідером у Європі за кількістю інтернет-користувачів є Німеччина (54,2 млн).

Видання Ukrainian Watcher відзначає, що за великої кількості програмістів високого класу в Україні мало великих популярних інтернет-проектів [6].

Сьогодні поєднуються сучасні високотехнологічні інформаційно-матеріальні виробництва та інформаційно-технологічні і комунікаційні галузі сфери послуг. У всьому світі сфера послуг (торгівля, фінанси, платежі, податки, продаж квитків, замовлення на готелі і ресторани, транспорт, ремонт, телефонізація, телебачення, радіомовлення, ЗМІ, наукові дані, інновації, проекти, технології, дослідження ринків, пошукові системи, менеджерські, бухгалтерські, програмні послуги тощо) стає онлайнною, дистанційною, миттєвою, недорогою, необмеженою у своїй потужності і масштабах.

Проте в Україні поки що цей сектор розвивається досить кволо й односторонньо, в основному як комутаційна система. По-перше, послуги Інтернету є недоступними для основної частини населення через технічні причини, відсутність необхідних інфраструктурних комплексів (як у сільській місцевості і віддалених районах), надвисокі тарифи за входження й отримання інформації з мережі. По-друге, надто дорогою для домашнього використання залишаються комп'ютери з інсталяційними і сервісними приладами. Це не дає змоги розширити кількість користувачів інформаційно-технологічних (ІТ) послуг і серйозно збільшити їх обсяг. По-третє, державні органи й установи все ще продовжують використовувати неелектронні способи розповсюдження інформації, листування, прийому і передачі довідок, документів, платежів, розміщення замовлень, здійснення продажів і закупівель тощо. Також гальмується розширення сфери інформаційно-електронних послуг і внаслідок обмеженості складу та низької якості продуктів, що розповсюджуються в онлайн-режимі: товарів, послуг, інформації, програм, з'єднання з пошуковими системами, трейдингу, банкінгу, зведення новин тощо. Пов'язано це з дещо низькою конкуренцією на ринку інтернет-послуг, монополізацією аналогового ка-

бельного зв'язку, низькою технічною і програмною забезпеченістю сервіс-провайдерів, а також незначним за масштабами попитом на послуги web-комерції [7].

Більш високу динаміку має розвиток мобільних комутаційних послуг. Найпопулярніший спосіб доступу – підключення на домашній комп'ютер або ноутбук. Цікаво, що, за словами керівника проекту Opinion компанії InMind І. Дубінського, близько половини жителів сіл користуються Інтернетом за допомогою мобільного телефону.

За даними компанії InMind, 32 % (або 12,6 млн) українців віком від 15 років користуються Інтернетом раз на місяць і частіше. 3,2 млн з них живуть у шести найбільших містах країни, 4,8 млн – в інших містах з населенням понад 50 тис. жителів, 4,6 млн – у містах та селах з населенням менше 50 тис. осіб. 21 % інтернет-користувачів, або 8,2 млн осіб користуються мережею щоденно або майже щоденно. Найбільшу частку аудиторії (59 %) становлять молоді особи 15–29 років. Людей віком від 60 років серед інтернет-користувачів лише 3 % [8].

Однак, незважаючи на надзвичайний щорічний ефект масштабу (кількість абонентів мобільної телефонії збільшується щорічно у 2,5–3 рази), компанії-оператори здійснюють політику надвисоких тарифів, що включають монопольні надприбутки. Якщо в зовнішньому світі середні ставки тарифів мобільного зв'язку за 2006–2007 рр. знизилися на 32 % (у Європейському Союзі – на 38 %), то в Україні, за статистичними зведеннями, вони не знизилися на жоден відсоток.

Проте в Україні законодавство, яке сприяє розвитку і нормалізує відносини на інформаційно-електронному ринку, усе ще потребує вдосконалення. Це стосується підтримки конкуренції в інформаційно-технологічних мережах, формування тарифів, захисту прав користувачів, безпеки інформації, приховування і зловживання комерційною інформацією [7].

Сьогодні в Україні принципове значення має також раціональна організація електронного (онлайн) ринку – сфери обміну і торгівлі інформацією. Спираючись на досвід високорозвинутих країн, можна виділити декілька особливостей його функціонування. Цей ринок у переважній більшості – віртуальний (нефізичний) і максимально асиметричний щодо розподілу інформації про товари між продавцем і покупцем. Наслідком є ефект недовіри, що панує на ринку.

Інформаційний ринок не є просторовим, а тому є потенційно необмеженим у масштабах концентрації операцій; така необмеженість ринку впливає з універсальності і нестаріння його продукції і безкінечної вирішальної спроможності його комунікаційних, демонстраційних і платіжних систем.

Водночас безкінечність можливостей множення однієї й тієї ж виробленої інформації породжує ефект ринкового масштабу, коли прибутки утворюються і множаться тільки після виходу на певну кількість отримувачів інформації. Надприбутки інформаційно-технологічних компаній є наслідком не виробництва, а множення інформації, і найнижчі середні витрати (одноразові – при виробництві оригіналу і поточні – при його копіюванні та передачі через Інтернет) має той, хто охоплює більший сегмент ринку. Наслідком є об'єктивна необхідність захоплення компаніями дедалі більшої частки користувачів мережі, стратегія недопущення конкурентів через закритість модулів програмного забезпечення, недопущення до певних інформаційних ніш, безкоштовне розповсюдження програмного забезпечення свого виробництва і підключення до платіжних систем, підтримка несумісності технологій, створення цінових і технічних бар'єрів для входження в ринок за окремими позиціями нових підприємств [7].

Специфічна особливість попиту на бібліотечно-інформаційну продукцію полягає в тому, що він за своїм характером відзначається чіткою сегментованістю і зазвичай індивідуалізованістю. Відомо, що споживацький попит на друковану та іншу продукцію, якою володіє бібліотека, а також на її інформаційну продукцію формував читач, а сучасний споживач переважно більшістю не є носієм такого попиту через зменшення інтересу до читання. Зміни в структурі попиту у бік збільшення частки машинозчитуваної інтелектуальної продукції поставили бібліотеки, з їх традиційною паперовою технологією, у невідгдане становище, відразу скоротивши сферу їх впливу. Ситуацію погіршила погана матеріально-технічна база і відсутність фінансів на переустаткування сучасною комп'ютерною технікою. На зміну і зменшення читацького попиту вплинув загальний спад у духовному житті українського суспільства, особливо молоді. Соціологи констатують зниження потреби в читанні (за наслідками останніх опитувань, проведених бібліотеками, половина респондентів відповіли, що не мають потреби в користуванні бібліотекою), пояснюючи це не тільки поширенням ПК та аудіовізуальної техніки, а й зменшенням вільного часу в людей, змушених витратити його на пошуки додаткового заробітку. Усе це змусило бібліотеки шукати інші шляхи і методи формування своєї споживацької аудиторії.

Бібліотечно-інформаційний ринок має яскраво виражену сегментованість, яка нерідко доходить до того, що індивідуальний споживач розглядається як окремий ринковий сегмент. Це пояснюється як якість самої бібліотечно-інформаційної продукції, характером її споживацької цінності, так і її роллю в процесі обміну [9].

Протягом багатьох років бібліотеки жили без конкуренції. Проте сьогодні вона з'явилася: ідеться про нові інформаційні технології, про виникнення електронних журналів і книг, всесвітньої мережі Інтернет. Це значить, що тепер бібліотеки не можуть бути бездіяльними і чекати, коли читачі придуть до них у пошуках інформації. З'явилася нова категорія спеціалістів-посередників-провайдерів, що гарантують надання на комп'ютер користувача необхідної йому інформації за невелику плату. Нині бібліотеки, незалежно від носіїв інформації і поділу ресурсів, вступили в нову еру – еру мереж, електронних документів і віртуальної реальності [10].

У Законі України «Про Національну програму інформатизації» підкреслюється роль бібліотеки в процесі формування нового інформаційного суспільства [11]. Розвиток глобальної інформаційної мережі Інтернет та збільшення кількості електронних ресурсів висуває нові умови для існування наукових бібліотек як провідників у світовому інформаційному середовищі, що спричиняє необхідність підвищення ефективності пошуку в електронних каталогах та бібліографічних базах даних.

Сьогодні бібліотеки почали створювати власні інформаційні продукти, купують обладнання, програми, налагоджують зв'язки з іншими бібліотеками та організаціями. Усе це робиться для того, щоб зробити свої фонди широкодоступними, наблизити їх до користувача, навчити його орієнтуватися в них, виокремити з величезного потоку інформації тільки найнеобхідніше і, нарешті, щоб надати своїм абонентам у користування якнайбільше світових інформаційних ресурсів.

Сьогодні бібліотечні установи усвідомлюють, що вони не можуть залишитися осторонь від усе зростаючого потоку електронної інформації. Адже широкомасштабне виробництво інформації в електронній формі та величезна кількість джерел, що існують винятково в електронному вигляді, створюють середовище, в якому бібліотека повинна опанувати віртуальні ресурси не тільки для споживання інформації, а й для того, щоб заявляти про себе, надаючи мережі інформацію про свої фонди та послуги [10].

Д-р іст. наук В. Горовий вважає, що стрімке зростання ефективності бібліотечних інформаційних баз може бути досягнуте через розвиток кооперативних зв'язків між бібліотеками за допомогою електронних ліній зв'язку. «Цим самим досягаються спеціалізація комплектування бібліотечних закладів, доступ до будь-яких масивів інформації, сумірних із загальним обсягом усієї інформації в бібліотечних закладах України, забезпечення глибинного, вузькотематичного інформаційного пошуку. Усе це дає змогу забезпечити не лише дієвіше, порівняно з нинішнім, забезпечення інформаційних потреб усіх категорій користувачів, а й достойніше представлення України в глобальному інформаційному просторі» [12].

Нова Концепція створення єдиної інформаційної бібліотечної системи також базується не лише на автоматизації окремої бібліотеки. Її головна мета – підвищення ефективності використання, забезпечення доступності документів, які зберігаються в бібліотечних, архівних та музейних фондах, шляхом створення єдиної інформаційної бібліотечної системи «Бібліотека-XXI». Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

- створення єдиного національного депозитарію електронних бібліотечних ресурсів; єдиної інформаційної інфраструктури, яка б охоплювала бібліотеки та архівні установи і забезпечувала належний рівень роботи працівників зазначених установ з використанням сучасних інформаційних технологій; базових центрів переведення в електронну форму документів, які зберігаються в бібліотечних, архівних та музейних фондах; єдиного веб-порталу «Бібліотека-XXI»; інтранет-мережі бібліотечних установ з можливістю інтеграції до вітчизняних наукових та освітніх мереж, зокрема УРАН, УАРНЕТ, GEANT, з використанням грид-технологій;

- створення умов для інтеграції системи до відповідних зарубіжних бібліотечних систем;

- проведення наукових досліджень щодо вдосконалення інтелектуальних технологій пошуку та аналітичної обробки електронних інформаційних ресурсів, а також впровадження і використання програмного забезпечення для інформатизації бібліотек та архівних установ тощо [13].

Як відомо, одним з основних завдань бібліотеки є створення вторинної інформації. Електронні довідково-бібліографічні ресурси і комунікаційні технології значно збільшують надійність і ефективність довідкового апарату (бібліотечні каталоги, бібліографічні бази даних, енциклопедичні, довідкові видання в електронній формі) і дають можливість отримувати відомості з більшої кількості різних джерел, у тому числі і з бібліотек багатьох країн світу. Це дає змогу істотно розширити кількість реально виконуваних бібліографічних запитів, прискорити і поліпшити ефективність їх виконання [10].

Що стосується бібліотечних послуг, то такі послуги – це результат діяльності, корисний ефект праці бібліотеки щодо задоволення інформаційних потреб користувачів.

Предметом бібліотечної послуги можуть бути: документи або їх копії, бібліографічна інформація, фактографічні або тематичні добірки, дайджести, консультації, що полегшують користувачам самостійний пошук інформації, робота з традиційними й електронними документами тощо. Тобто різні інформаційні потреби користувачів задовольняються за допомогою цілої системи взаємопов'язаних між собою бібліотечних послуг.

Вважається, що чим більше послуг пропонує бібліотека користувачам, тим повніше використовується її потенціал. Сьогодні бібліотеками на-

даються такі послуги, як ксерокопіювання, відтворення зображення за допомогою цифрового сканера, комп'ютерний набір та макетування тексту.

Але сьогодні зростає кількість людей, яким потрібна готова інформація «прямо на стіл» і ще «на вчора». Отже, по-перше, треба впроваджувати обслуговування користувачів за допомогою електронної пошти передплаченими новими виданнями різної тематики, аналітичною, реферативною інформацією, ксерокопіями необхідних матеріалів; по-друге, на договірній основі з організаціями готувати тематичні добірки, здійснювати запис інформації з Інтернету на дискети, як це робиться в бібліотеках інших країн світу; по-третє, необхідно розширювати перелік послуг користувачам (наприклад, ознайомлення на веб-сайті з виставками, що проходять у бібліотеці, матеріалами читацьких конференцій тощо).

Розширення тематики потреб користувачів бібліотек, зменшення тиражів видань різко підвищують сьогодні роль міжбібліотечного абонементу. При цьому впровадження інформаційних технологій дає змогу оперативно виконувати замовлення і надсилати його електронною поштою.

Електронна доставка документів може здійснюватися декількома шляхами. Залежно від ситуації, це:

- пересилання файлів із зображенням сторінок документів за електронною адресою «основної» бібліотеки користувача з наступним роздрукуванням на принтері і наданням читачеві копії на паперовому носії;
- пересилання файла за електронною адресою користувача;
- розміщення файла на сервері бібліотеки, звідки інформацію забирає сам користувач (у цьому випадку йому надсилається повідомлення про виконану послугу);
- пересилання файла з використанням шифрування або анонімної програми підтримки читачів каналом онлайн.

Треба розмежувати два напрями в роботі бібліотек з електронними ресурсами: використання запозичених ресурсів і створення власних. Адже бібліотека може бути присутня в Інтернеті у двох якостях: по-перше, як пасивний користувач чужої інформації, для чого достатньо володіти сеансовим (через телефонні канали) підключенням до Інтернету. Цього буде достатньо, щоб отримати можливість:

- шукати інформацію в глобальній мережі як серед загальнодоступних серверів, так і в спеціальних платних базах (реферативна інформація, електронні журнали, повнотекстова інформація з онлайн-ових баз даних та інших джерел);
- використовувати засоби електронного міжбібліотечного обміну для пошуку і замовлення літератури в українських і зарубіжних бібліотеках;

– брати участь в електронних конференціях з питань, що цікавлять бібліотеки тощо.

По-друге, бібліотека може бути повноцінно присутньою в Інтернеті лише як активний постачальник інформаційних ресурсів. У цьому випадку вона має створити власний веб-сервер [14].

Отже, впровадження нових інформаційних технологій та автоматизація дали змогу бібліотекам розширити сферу послуг. Разом з традиційними бібліотечними послугами, бібліотеки мають можливість надавати сервісні послуги: відправлення або приймання повідомлень електронною поштою; користування послугами Інтернету; пошук інформації у Всесвітній електронній мережі на замовлення; запис інформації на дискету; друк на принтері; комп'ютерний переклад тексту; сканування; копіювання.

Насамперед це дало бібліотекам можливість розширити доступ фахівцям до науково-технічної інформації, використовуючи сторонні ресурси. Використання сучасних технологій в обслуговуванні користувачів підвищує ефективність використання ресурсів бібліотеки і полегшує шлях користувача до інформації, надає престиж, привабливість бібліотеці [15].

Таким чином, разом з традиційними та новими сервісними послугами, використанням сучасних технологій бібліотеки можуть бути гідно представлені на інформаційному ринку та стати сучасними інформаційними центрами.

Список використаних джерел

1. *Єжова Л. Ф.* Інформаційний маркетинг : навч. посіб. / Л. Ф. Єжова ; Київ. нац. екон. ун-т. – К. : КНЕУ, 2002. – 560 с. – Бібліогр.: с. 483–489.
2. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 24 червня 1993 р. № 2657-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3322-12>. – Назва з екрана.
3. *Чубукова О.* Про формування національного ринку інформаційних продуктів та послуг / О. Чубукова // Економіка України. – 1999. – № 9. – С. 86–88.
4. *Чубукова О.* Формування національного інформаційного ринку [Електронний ресурс] / О. Чубукова. – Електрон. дані. – Режим доступу: http://him-economics.blogspot.com/2007/05/blog-post_3165.html. – Назва з екрана.
5. Інформаційна індустрія [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://info-sources.at.ua/news/informacijna_industrija_ta_informacijnij_rinok_klasifikacija_informacijnoji_produkciji_na_informacijnomu_rinku/2010-02-09-12. – Назва з екрана.

6. Україна в топ-10 за обсягом інтернет-аудиторії в Європі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://media.parliament.org.ua/n_tg/action/article_detail/article_id/3587/. – Назва з екрана.

7. Лановий В. / Національні особливості інформаційної економіки [Електронний ресурс] / В. Лановий. – Електрон. дані. – 2010. – Режим доступу: <http://obozrevatel.com/news/2010/3/19/357482.htm/>. – Назва з екрана.

8. INMIND нарахував, що Інтернетом користуються 32 % українців, TNS–38 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://media.parliament.org.ua/n_tg/action/article_detail/article_id/3657/. – Назва з екрана.

9. З творчого доробку бібліотекарів [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://libportal.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=79&Itemid=0&limit=1&limitstart=10. – Назва з екрана.

10. Лецкалюк І. Г. Роль бібліотеки в інформаційному забезпеченні навчального, наукового та виховного процесів навчального закладу [Електронний ресурс] / І. Г. Лецкалюк, С. Ю. Загородна. – Електрон. дані. – Режим доступу: http://www.library.tnpu.edu.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=69&Itemid=138. – Назва з екрана.

11. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 4 лютого 1998 р. № 74/98-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z980074.html. – Назва з екрана.

12. Горовий В. Перспективи насичення інформаційного ринку в Україні у контексті науково-технічного прогресу [Електронний ресурс] / В. Горовий. – Електрон. дані. – Режим доступу: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_53/Horovuj.htm. – Назва з екрана.

13. Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми створення єдиної інформаційної бібліотечної системи «Бібліотека–XXI» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/law/09_bib_21.html. – Назва з екрана.

14. Прокошева Т. Політика Міністерства культури і мистецтв України щодо розвитку і використання бібліотечних ресурсів, впровадження сучасних бібліотечних послуг [Електронний ресурс] / Т. Прокошева. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=3431>. – Назва з екрана.

15. Посвистак О. Інформаційний простір бібліотеки: нові технології – нові можливості [Електронний ресурс] / О. Посвистак. – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?ida=77>. – Назва з екрана.