



УДК 338.26: 004.738.5(075)

В.В. Каїді

Національний фармацевтичний університет

Наукова бібліотека

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Розглядається вплив інформаційно-комунікаційних технологій на основні бізнес-процеси в електронному просторі на сучасному етапі його розвитку.

Рассматривается влияние информационно-коммуникационных технологий на основные бизнес-процессы в электронном пространстве на современном этапе его развития.

The influence of information and communication technologies for key business processes in the electronic space at the present stage of its development.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, електронний бізнес, електронний менеджмент, інформаційний ринок.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, электронный бизнес, электронный менеджмент, информационный рынок.

Keywords: information and communication technologies, e-business, e-management, information market.

Електронний бізнес є новою формою реалізації бізнес-процесів та бізнес-проектів, що використовує останні досягнення у сфері телекомунікаційних та інформаційних технологій і спрямованої на підвищення ефективності діяльності підприємств і організацій.

Нині у світі відбувається черговий виток розвитку – перерозподіл акцентів з комунікаційної та інформаційно-пошукової функції глобальної комп'ютерної мережі Інтернет на ведення з її допомогою сучасного електронного та традиційного бізнесу. Інформаційно-комунікаційні технології змінюють саму сутність існуючих бізнес-моделей – базових процесів створення продуктів і послуг виробниками й надання їх кінцевим споживачам. Будь-яка ділова

активність, що використовує можливості глобальної інформаційної мережі для удосконалення та зміни внутрішніх й зовнішніх зв'язків компанії з метою отримання прибутку, охоплюється поняттями електронний бізнес та електронна комерція.

Виникла і доволі швидко розвивається нова та специфічна галузь економіки – інформаційна, яка перетворилася в особливу велику сферу людської діяльності. За масштабами зайнятості, обсягами інвестицій цю галузь можна порівняти із найбільшими сферами матеріального виробництва. Аналізуючи світовий досвід функціонування даної сфери можна сказати, що в даному випадку ми маємо справу з вельми специфічною сферою господарської практики, яка має свої, не схожі на інші, особливості функціонування та розвитку. Інформаційна інфраструктура швидко ускладнюється технологічно і організаційно, отже, емпіричні підходи і суто практичні рішення щодо вдосконалення управління нею та процесами, що вона включає, стають односторонніми і неефективними. Саме інформаційна галузь є джерелом нових ідей в організації та веденні електронного бізнесу, менеджменту в електронному просторі – як новому та специфічному явищі, нових організаційних рішень тощо. За темпами зростання вона займає одне з перших місць в світі. Для неї є характерним стрімке економічне зростання, швидке збагачення, нетрадиційні методи та підходи до вирішення економічних, адміністративних, логістичних та інших проблем. Тому вивчення закономірностей її розвитку, застосовуваних методів та прийомів ведення економічної діяльності в інформаційній інфраструктурі, є надзвичайно важливим і необхідним завданням. Вирішення питань реформування економіки України та інтеграції національного ринку в світову економічну систему потребує впровадження сучасних інформаційних систем і технологій у діяльність вітчизняних компаній. Стан і розвиток електронної комерції в значній

мірі визначають темпи наближення країни до рівня сучасного інформаційного суспільства, створює підґрунтя для прискорення інтеграції її економіки у світову. Тому проблема розвитку електронної комерції в Україні є безумовно актуальною. Дослідження питань стосовно формування системи теоретичних та практичних знань, навичок з електронної комерції, які нададуть можливість фахівцям професійно здійснювати свою діяльність в сучасному динамічному глобальному середовищі є необхідним задля удосконалення функціонування існуючої системи електронного бізнесу та інформаційного ринку як такого.