

ІНФОРМАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

У статті проілюстровано зростання ролі інформації в сучасному економічному і соціальному розвитку країн світу в умовах глобалізації. Інформація стає ключовим поняттям. Вплітається в процес виробництва і споживання як орієнтуюче знання, як інформаційна потреба суспільства, стає основним виробничим ресурсом. Інформаційний сектор економіки стає найбільш динамічним та прибутковим.

В статье проиллюстрировано повышение роли информации в современном экономическом и социальном развитии стран мира в условиях глобализации. Информация становится ключевым понятием. Она сплетается с процессом производства и потребления ориентирующими знаниями, становится информационной необходимостью общества и главным производственным ресурсом. Информационный сектор экономики становится наиболее динамичным и прибыльным.

In the article the increase of role of information is illustrated in modern economic and social development of the world countries in the conditions of globalization. Information becomes a key concept. It is interlaced with the process of production and consumption by orienting knowledge, becomes the informative necessity of society and main productive resource. The informative sector of economy becomes most dynamic and profitable.

Постановка проблеми. Інформація — це одна з головних рушійних сил економічного зростання та соціальних змін у суспільстві. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій призвів до того, що в сучасній світовій економіці інформація стала ключовим поняттям, а інформаційний сектор економіки — найбільш динамічним та прибутковим. Інформаційні технології перетворилися в незамінний засіб взаємодії усіх суб'єктів ринку, інструмент ведення бізнесу, який застосовується для здійснення більшості бізнес-процесів компаній. Вплив інформаційних технологій на світову економіку можна порівняти з революцією в промисловості, транспорті, устаткуванні тощо. Розповсюдження персональних комп'ютерів і засобів мережевого підключення втілює в життя концепцію «масової персоналізації» інформаційних потоків. Формування інформаційного суспільства супроводжується такими спільними світовими тенденціями як глобалізація соціального простору, інформатизація всіх сфер життя суспільства і людини, розвиток суспільства і особистості на основі знань, високих технологій, ефективного використання інформації. Інформація інкорпорується в процес виробництва і споживання як орієнтуюче знання, як інформаційна потреба суспільства; стає основним виробничим ресурсом.

У. Мартін підкреслює, що інформація виступає в якості важливого стимулятора змін у суспільстві, який формує «інформаційну свідомість». Зростає культурна цінність інформації в інтересах розвитку людини, його соціальних утворень [1].

В. Федотова, аналізуючи специфіку сучасного інформаційного суспільства, підкреслює, що зрушення, які відбуваються на початку третього тисячоліття у світовій економіці, політиці, культурі, супроводжуються спільними світовими тенденціями: глобалізацією соціального простору, зростанням глобального ризику та ситуацією невизначеності для людського суспільства [2, с. 29].

Глобальність цих процесів, неминуче підвищує інтерес до теоретичного осмислення особливостей інформації не в якості абстракції, а в якості конкретної форми буття, здійснюючи

емпіричний вплив на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, на трансформацію соціально-економічних, політичних і культурних структур суспільства.

На думку С. Леша, «результатом виробництва в інформаційному суспільстві стають не стільки блага, які втілюють інформацію, скільки сама інформація». Він підкреслює, що «відбувається квазіанархічне поширення потоків інформації, на основі чого народжуються нові закономірності виробництва, розподілу та обміну». Інформація, яка формально не знає кордонів, впорядковується системою інтелектуальної власності [3].

Взаємовідношення «суспільство — інформація» завжди виступало традиційним *об'єктом досліджень*, тому не виникає питань щодо *актуальності* цієї теми сьогодні в умовах інформаційного суспільства.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Науковий статус інформації дуже різноманітний і представлений в роботах філософів, соціологів, спеціалістів різних галузей техніки, кібернетики, біології, математики, економіки, суспільствознавства, культурології тощо. Визначення інформації в різних галузях наукового знання свідчить про багатоплановість цього поняття та неможливість його однозначного формулювання, бо кожне з визначень є плідним в контексті дослідницьких завдань. Різноманітні наукові підходи до визначення інформації відображені у роботах Г. Лассуела, К. Шеннона, М. де Флера, Ч. Огсуда та У. Шрамма, Ю. Лотмана, Р. Хартлі, Н. Вінера, Д. Белла, Е. Тоффлера, І. Масуди, М. Маклюена, У. Мартіна, Г. Кастлера, І. Новіка, Л. Бриллюена, А. Моля, У. Ешбі, В. Готта, І. Земана, А. Урсула, О. Борисенка, Ф. Перегудова, С. Леша, Л. Пента, У. Бека, Ж. Бодрийяра, У. Ека, М. Кастельса, Ф. Фукуями, С. Корнева, Д. Рошкоффа, М. Ямпольського, А. Карміна, І. Ю. Алексеевої, Г. Т. Артамонова, Дж. Акерлофа, А. А. Алексеева, В. М. Андрієнка, Т. А. Берези, Л. В. Березовця, Ю. М. Бажала, В. М. Вовка, О. Л. Вартанової, В. В. Вітлінського, В. М. Геєця, В. Д. Гавловського, А. С. Гальчинського, М. Г. Гузя, М. Г. Делягіна, М. С. Демкової, Я. А. Жаліла, В. Я. Заруби, В. Л. Іноземцеві, С. Т. Кара-Мурзи, А. В. Колодюка, І. Б. Колиушка, Р. А. Калюжного, Т. С. Клебанової, М. О. Кизима, Б. Є. Кваснюка, Н. І. Костіної, В. І. Лисицького, І. Г. Лук'яненка, Ю. Г. Лисенка, Л. Г. Мельника, І. С. Мелюхіна, В. М. Порохні, А. І. Ракитова, С. І. Романенка, Г. Л. Смоляна, Дж. Стіглера, М. І. Скрипниченко, Д. С. Черешкіна, А. А. Чернова, О. І. Черняка, А. М. Єріної, В. І. Єлейко, В. С. Цимбалюка.

Метою статті є спроба дослідити перетворення інформації в економічний ресурс стратегічного значення, який забезпечує кардинально нові можливості економічного розвитку, зростання продуктивності праці та запровадження інновацій, вирішення соціальних та економічних проблем, а також сприяє встановленню та розвитку нових економічних відносин.

Виклад основного матеріалу загальному вигляді полягає в тому, що в умовах переходу світової економіки від індустріальної до «інформаційної» змінюється статус інформації, значно підвищується вплив інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та використання інформаційних систем (ІС) у всіх управлінських та виробничих процесах. Розвиток ІС як складних полісистемних соціо-економічних утворень відображає ключові процеси в суспільстві та базується на знаннях, інформації та нових моделях управління. В інформаційному суспільстві сфера знань стає тим стрижнем, навколо якого створюються нові технології; здійснюються процеси економічної, культурної, політичної глобалізації; зростає роль освіти, а методології та технології навчання стають об'єктами дослідження та модернізації. У світовій господарській практиці формується нова парадигма росту ефективності сучасного виробництва на базі використання інформації, знань та інновацій. У сфері виробництва і споживання домінує інформація, інформаційна продукція, інформаційні технології та комунікації. Утворюється інформаційна індустрія та глобальна мережа як результат революції в галузі інформаційних технологій, зароджується нова економічна система. «Інформація і знання завжди були важливими складовими економічного зростання, а розвиток технологій зумовлював зростання продуктивності, рівня життя, вдосконалення форм економічної організації. Поява нової технологічної парадигми, яка базується на більш потужних та гнучких інформаційних технологіях, зробила можливим процес перетворення інформації ... в продукт виробничого процесу. Точніше, продуктами нової індустрії інформаційних технологій стають пристрої для обробки інформації або сам процес аналізу і обробки інформації» [4, с. 117]. Нові ІКТ трансформують процес обробки інформації, сприяють

пові економіки з мережевою структурою та міцною взаємозалежністю елементів, впливають на всі сфери людської діяльності і роблять можливим встановлення незліченних зв'язків між різними областями та елементами цієї діяльності. Нові тенденції розвитку економіки в умовах інформатизації суспільства, перетворення інформації та похідних від неї на товар вимагають формування специфічного економічного простору, в якому будуть враховані всі особливості впливу на нього інформаційного ринку. Наука, технологія та інформація зібрані у глобальні потоки з асиметричною структурою. Трансформовано трудовий процес, структуру зайнятості та професійну структуру, виникли нові форми соціального і технічного розподілення праці, нові моделі роботи, робітників і організації праці, поляризовано трудові ресурси.

З моменту свого виникнення інформація завжди була пов'язана з фундаментальними філософськими питаннями: співвідношенням буття, мислення і мовлення, функціонуванням живої та неживої природи, комунікаціями в людському суспільстві та кібернетичній сфері, створенням та функціонуванням систем штучного інтелекту, віртуальної реальності, комп'ютером, Інтернетом. Особливість інформації полягає в тому, що вона є сполучною ланкою для усіх зазначених процесів. Використання інформації в усіх цих сферах базується не на індивідуальному сприйнятті, не на використанні понятійних відтінків терміну, а на актуалізації різних спеціальних аспектів одного того ж феномену.

Інформація — це абстрактне поняття, що має різні значення залежно від контексту. В Законі України «Про інформацію» вона визначається як задокументовані або публічно розголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та оточуючому природному середовищі. Як фактор розвитку науково-технічного прогресу інформація суттєвим чином змінює структури соціальної дійсності та сучасного виробництва, стає невичерпним ресурсом цивілізації, який в процесі споживання не втрачає своїх якостей. Вона перетворюється в об'єкт ринкових відносин і здобуває якостей товару. Така роль інформації в житті інформаційного суспільства обумовлена тим, як зауважує У. Бек, що в «сучасних умовах виникає єдиний світ — не як визнання різноманіття, взаємної відкритості, а навпаки, як єдиний товарний світ. В цьому світі локальні культури і цінності втрачають корені та замінюються символами товарного світу, які беруться з рекламного та іміджного дизайну мультинаціональних концернів. Буття стає дизайном — причому скрізь» [5, с. 20, 21].

Інформацію як продукт відрізняє передусім предметна сфера виробництва та використання. Вона дуже різноманітна та поділяється за видами діяльності: наукова, технічна, виробнича, управлінська, економічна, соціальна, правова тощо. Кожний вид інформації має свої технології оброблення, змістову цінність, форми представлення й відображення, вимоги до достовірності, оперативності відображення фактів, явищ, процесів. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією уможливило отримання ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень. Інформацію розглядають у нерозривній єдності з комп'ютерними системами, які забезпечують її збір, реєстрацію, зберігання, передачу й перетворення. Комп'ютери не створюють інформацію з нічого, але вони здатні надзвичайно швидко сприймати, сортувати, аналізувати та інтерпретувати її за допомогою програмних засобів, розроблених людиною. Велике значення набувають інформаційні технології, які базуються на застосуванні комп'ютерів, об'єднаних в комп'ютерну мережу, на активній участі користувачів в інформаційному процесі, високому рівні «дружнього» інтерфейсу користувача, широкому використанні пакетів прикладних програм загального призначення, доступі до віддалених баз даних. Комп'ютерні мережі надають вільний доступ до централізованих інформаційних служб, таких як каталоги бібліотек, бази даних юридичної або медичної інформації, а також зв'язок між підприємствами бізнесу, з одного боку, та їх замовниками та постачальниками, з іншого. Вони забезпечують також далекий двосторонній персональний зв'язок між окремими абонентами, зв'язок з системами заводської автоматизації, банкоматів і терміналів для роздрібної торгівлі. Комп'ютерні мережі прискорили процес поширення інформації в сучасному суспільстві, революціонізував цей процес, переводячи його на принципово іншу основу. Доступ до таких джерел інформації, як бази даних, електронні дошки оголошень і глобальна служба WWW, за допомогою комп'ютерних мереж може здійснюватися майже миттєво з одночасною розсилкою електронних повідомлень тисячам користувачів комп'ютерів. Мережі об'єднуються та інтегруються одна з одною в локальні та глобальні всесвітні структури Інтернет, які являють собою

унікальні технології зберігання, створення і поширення інформації. Поява нових інформаційних технологій — це переворот, який приголомшив самі основи традиційної економіки, надав можливість домогтися прибутку шляхом підвищення вже наявної товарності та задовольнити безупинно зростаючі інформаційні потреби суспільства. Сьогодні в світі немає жодної країни, яка не інтегрована в мережу Інтернет. Користувачами всесвітньої комп'ютерної мережі є сотні мільйонів людей з різних соціальних груп, практично всіх національностей і віросповідань. За даними фірми Web information company ALEXA Internet, обсяг інформаційного наповнення глобальної інформаційної мережі склав у 2011 році близько 29 терабайт ($29 \times 1\,099\,511\,627\,776$ байт) інформації. Для порівняння, інформаційна місткість Олександрійської бібліотеки приблизно 1011 байт інформації. Згідно з результатами того ж дослідження в середньому в Інтернет з'являється близько 20 нових сторінок в секунду. Інформаційна перистальтика Мережі безпрецедентна.

Всесвітня комп'ютерна мережа Інтернет є глобальною ієрархічною технічною системою, продуктом людської діяльності, яка самоорганізується, і завдяки своїй складній структурі не тільки самостійно еволюціонує, але й певною мірою спрямовує еволюцію свого творця. Сучасні дослідження у розвитку глобальних інформаційно-комунікаційних Інтернет-технологій призвели до формування глобального електронного середовища для економічної діяльності, відкрили нові можливості для організаційного та інституціонального дизайну в бізнесі та інших сферах соціально-економічної діяльності людини. Поява та розвиток мережі Інтернет, удосконалення інформаційних технологій, систем, стандартів їхньої взаємодії привели до створення нового напрямку сучасного бізнесу — електронного бізнесу. Існує багато визначень поняття електронного бізнесу. Згідно з визначенням Gartner Group, електронний бізнес визначається як безперервна оптимізація продуктів та послуг організації, а також виробничих зв'язків через застосування цифрових технологій і використання Інтернету у якості первинного засобу комунікацій. Це може бути люба діяльність, яка використовує можливості глобальних інформаційних мереж для проведення комерційної діяльності. Інтернет сприяє здійсненню комунікацій між складними соціальними, економічними, фінансовими системами та між окремими індивідуумами. Функціонування сучасної банківської системи неможливо без участі віртуальних банківських операцій, які здійснюються шляхом направлення віртуальних фінансових потоків. Цей факт можна віднести до діяльності транснаціональних, трансконтинентальних банківських конгломератів, банків в окремих регіонах, країнах. Виникають всесвітні віртуальні Метаринок і Метабанк, починають говорити про становлення мережевої економіки, Метакапіталізму. Так терміном мережева економіка визначається «середовище, в якому будь-яка компанія або індивід, що знаходяться в будь-якій точці економічної системи, можуть контактувати легко і з мінімальними витратами з будь-якою іншою компанією або індивідом з приводу спільної роботи, торгівлі, обміну ідеями і ноу-хау або просто для задоволення» [6]. Виникнення безгалузевої, мережевої економіки пов'язують з розвитком інформаційних технологій, мережевих організаційних структур і неринкових механізмів регулювання, еволюцією сучасних економічних систем. Використання Інтернет сприяє перетворенню компаній, підприємств і організацій в мережеві структури, в яких покращується використання всіх ресурсів, прискорюється гнучкість і адаптивність до зовнішніх і внутрішніх проблем, збільшується конкурентоспроможність. Йде розвиток мережевих стандартів взаємодії та управління, що сприяє розширенню легітимності і престижу, посиленню контролю над зовнішнім середовищем, економічними результатами. Великий вплив на мережеву економіку здійснюють засоби колективної роботи географічно розподілених учасників спільної діяльності, які сприяють економії коштів на переміщення людей. Технологія «інтелектуального агента» створює ефект постійної присутності в мережі інформаційного робота, запрограмованого на пошук людей і організацій відповідно до заданих критеріїв, що дозволяє знизити інформаційне навантаження учасників мережевої економіки, збільшити швидкість та ефективність процедур встановлення контактів, проведення переговорів, укладання угод. В мережу Інтернет мігрують різні види соціально-економічної діяльності. Згідно зі статистичними даними кількість потенційних учасників мережевої економіки у 2011 році становить понад 200 млн осіб. Міжнародні і національні організації стимулюють перенесення традиційних видів діяльності в Інтернет. Так на початку 1998 року Всесвітня

торгівельна організація прийняла рішення звільнити від митного оподаткування інформацію і програмні продукти, придбані або отримані за допомогою Інтернет. Комісія Європейського співтовариства затвердила П'яту Фрейм-програму з розвитку науки і технології, метою якої є створення сприятливих умов для використання переваг Інтернет-технологій приватними особами та бізнесом. Постійно проводяться конференції Великої Сімки з питань розвитку електронної комерції. Деякі країни мають власні спеціальні програми стимулювання розвитку мережевої економіки. Так наприклад, в США при реалізації продаж з використанням мережі діє мораторій на вилучення податку, який у звичайній торгівлі складає 5-10 % від вартості товару. У країнах, які входять до складу Європейської комісії, діють національні програми розвитку різних елементів мережевої економіки, а саме: електронної комерції, методів дистанційної роботи. Йде процес мережевої модернізації фінансово-промислових груп, міжнародних об'єднань, ринків, перетворення традиційних організацій в мережеві структури. На практиці процес мережевої модернізації існуючих організацій відбувається з активним використанням інформаційних технологій, зі зменшення частки традиційних форм управління за рахунок збільшення частки колективних форм. Зменшуються витрати, пов'язані з підключенням до мережі та переміщенням між офісами різних учасників спільної діяльності. Створюються гнучкі фірми та віртуальні робочі колективи виконавців, які не зв'язані територіально і можуть спілкуватися один з одним та з замовниками за допомогою систем мобільного зв'язку. Використання такої форми організації праці у великих міжнародних корпораціях, відділеннях з широкою географією місцезнаходження таких, як General Dynamics Corporation, Hewlett-Packard, IBM, дозволяє їм заощаджувати істотні кошти на переміщення співробітників між офісами. Легкість, з якою користувачі віртуальних фірм можуть публікувати інформацію та отримувати доступ до створених інформаційних ресурсів, дозволяє знизити витрати на формування і підтримку внутрішнього інформаційного середовища. Заснований на Інтернет-технологіях внутрішньофірмовий «інформаційний простір» володіє властивістю «керованої прозорості». Із зовнішнього середовища доступні тільки дозволені інформаційні ресурси фірми, не обмежені права доступу співробітників до зовнішніх ресурсів.

Використовується така форма організації праці, як «запозичення ресурсів із зовні» — аутсорсинг, виконання сторонньою організацією деяких задач або бізнес-процесів, які не є профільними для бізнесу компанії, але необхідні для її функціонування. Це спосіб оптимізації діяльності підприємства за рахунок зосередження зусиль на основній діяльності з передачею непрофільних функцій і корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим компаніям. Ці компанії можуть зосередитись на розробці нових продуктів та послуг, збільшити гнучкість виробництва, використовувати додаткові переваги від ведення бізнесу на ринках з дешевою робочою силою. Умовно розмежовують виробничий аутсорсинг та аутсорсинг бізнес-процесів. На аутсорсинг можуть бути передані такі бізнес-процеси, як управління персоналом, бухгалтерський облік, маркетинг, реклама, логістика. На думку спеціалістів Інституту аутсорсинга (Outsourcing Institute, США), аутсорсинг бізнес-процесів є надзвичайно динамічним видом оптимізації діяльності підприємств, причому найбільше зростання проявляє аутсорсинг у сфері фінансів, бухгалтерського обліку і адміністративних функцій. Аутсорсинг дозволяє вирішувати проблеми з залученням, навчанням і утриманням кваліфікованого персоналу, з безперервністю бізнес-процесів. З'являється гнучкість в управлінні ресурсами, доступ до нових технологій і знань. Компаніям не потрібно непокоїтися про скорочення чисельності співробітників при зміні ситуації на ринку, про перепрофілювання діяльності, зменшення обсягів виробництва. Можливо уникнути витрат на інвестування в програмне забезпечення і оснащення, скоротити витрати на утримання офісу і апарату управління, технічну підтримку бізнес-процесів. Вузька спеціалізація в предметній галузі, постійне підвищення кваліфікації персоналу, інвестування у розвиток відповідних технологій дозволяє компаніям-постачальникам забезпечити надійне і якісне виконання функцій, які передаються їм на аутсорсинг. Завдяки виконанню однотипних операцій для багатьох клієнтів постачальник може утримувати конкурентоспроможні ціни на свої послуги.

Відбувається модернізація комерційної інфраструктури за допомогою Інтернет-технології, яка отримала назву «електронної комерції» (E-commerce). Під електронною комерцією розуміють сферу цифрової мережевої економіки, що включає всі фінансові та

торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. Електронна комерція представляє собою засіб ведення бізнесу в глобальному масштабі. Вона дозволяє компаніям більш повно взаємодіяти з постачальниками й швидкіше реагувати на запити та очікування замовників. Компанії отримують можливість вибору постачальників незалежно від географічного розташування, а також можливість виходу на глобальний ринок зі своїми товарами та послугами.

До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо.

На сучасному етапі електронний обмін даними діє або впроваджується практично в усіх країнах. Поява Інтернет значно здешевило ведення електронної комерції за рахунок низької собівартості передачі інформації і призвело до виникнення її якісно нових форм. Однією з таких форм стали системи управління «бізнес-бізнес» та «бізнес-споживач», в яких ключовим моментом є взаємодія через web-браузер. Компанія-продавець розміщує на своєму web-сайті (з відкритим або обмеженим доступом) інтерфейс, за допомогою якого споживач або фірма-партнер може, наприклад, сформулювати і розташувати замовлення в інформаційній системі компанії-продавця. Після цього спеціальне програмне забезпечення в системі ERP компанії-продавця саме обробляє замовлення, проводячи вторинні транзакції, які необхідні для переказу грошей з рахунку на рахунок або формування замовлень у компанії, яка займається доставкою товару. Системи електронної комерції дозволяють покупцю не спілкуватися з продавцем, не витратити час на блукання магазинами, мати більш повну інформацію про товари. Продавець може швидше реагувати на зміну попиту, аналізувати поведінку покупців, економити кошти на персоналі, оренді приміщень.

Найбільш поширеним елементом електронної роздрібно торгівлі є Інтернет-магазини та Інтернет-аукціони, які пропонують широкий спектр товарів та послуг споживачам, кількість яких складає мільйони. На одному з найбільш популярних Інтернет-аукціонів eBay (www.ebay.com) у 2009 році було зареєстровано біля 250 млн осіб. Товарообіг складав приблизно 60 млрд доларів [7]. Відсутність географічних бар'єрів дає змогу продавцям і покупцям брати участь у торгах з любої точки світу маючи доступ до мережі Інтернет. Це збільшує кількість продавців, лотів, які виставляються, кількість покупців та зроблених ставок. Відсутність мовних бар'єрів дає змогу брати участь у торгах різними мовами. Багато розвинутих країн таких, як Великобританія, Німеччина, Нідерланди, Іспанія, Австралія та інші мають власні локальні філіали аукціону. Відсутність часових рамок дає змогу робити ставки 24 години на добу, 7 днів на тиждень. Лоти виставляються на термін до 10 днів, що є достатнім періодом для пошуку, ознайомлення і покупки. Велику кількість покупців приваблює величезний асортимент різноманітних товарів, які виставляються за відносно низькими цінами. Також можна знайти рідкі колекційні речі, які практично неможливо купити оффлайн. Низькі затрати на розміщення товарів, величезна купівельна аудиторія, простота використання сервісів аукціону приваблює і велику кількість продавців. Зростання кількості покупців призводить до збільшення кількості продавців, зріст кількості продавців стимулює зростання кількості покупців, що і гарантує розвиток Інтернет-аукціонів в усьому світі.

Електронні засоби використовуються для організації ділової взаємодії комерційних структур з державними організаціями, починаючи з місцевої влади і закінчуючи міжнародними організаціями. Найбільш активно цей напрям втілюється у використанні Інтернет урядами розвинених країн для проведення закупівель товарів та послуг. Гипермедійна природа Інтернет характеризується високою ефективністю у представленні та засвоєнні інформації, що значно посилює взаємозв'язки підприємств та споживачів. Інтернет виконує роль глобального електронного ринку, даючи змогу укладати угоди, здійснювати покупки та проводити платежі. Мережа сприяє зміщенню акцентів взаємодії між виробниками та споживачами. Реальністю для компаній стає можливість привернути увагу нового клієнта всього за десять секунд, проведених їм перед екраном комп'ютера, дозволяючи користувачу всього за кілька клацань миші перейти до любого з конкурентів. Увага покупців стає найбільшою цінністю, а встановлені взаємовідносини з клієнтами головним капіталом компаній.

Інтернет як глобальний засіб комунікації значно змінює просторовий та тимчасовий масштаби ведення комерції. Вартість інформації дозволяє навіть найменшим постачальникам досягати глобальної присутності та займатися бізнесом у світовому масштабі. Замовники отримують можливість глобального вибору із усіх потенційних постачальників, які пропонують товари або послуги незалежно від географічного розташування. Відстань між продавцем та покупцем грає роль лише з точки зору транспортних витрат на етапі доставки товару. Скорочується час на пошук партнерів, прийняття рішень, здійснення угод, розробку нової продукції. Інформація і послуги доступні цілодобово без часової затримки та витрат на розповсюдження. Значно скорочуються транзакційні витрати, пов'язані з налагодженням і підтримкою взаємодії між компаніями, їх замовниками й постачальниками. Вартість комунікацій стає мінімальною, а функціональність і масштабність зростають. Компанії одержують докладну інформацію про запити кожного індивідуального замовника й автоматично надають продукти й послуги відповідно до індивідуальних вимог. Прикладом цього може служити персональне представлення web-сайту для кожного із клієнтів або партнерів компанії.

Міжкомп'ютерний обмін діловими, комерційними та фінансовими електронними документами, наприклад, замовленнями, платіжними інструкціями, контрактними пропозиціями, накладними, квитанціями виконується прозоро та неупереджено. Обмін даними забезпечує оперативну взаємодію торговельних партнерів (клієнтів, постачальників, торговельних посередників, експедиторів та ін.) на всіх етапах підготовки торговельної угоди, укладення контракту і реалізації постачання. На етапі оплати контракту і переказу грошових коштів електронний обмін даними для комерційних цілей може взаємодіяти зі службою електронного обміну фінансовими документами. Така взаємодія створює для покупців (клієнтів) ефективне середовище під час виконання всіх торговельно-платіжних операцій, таких як онлайн-переглядів каталогів торговельних пропозицій, товарів і послуг на ринку; вибір в інтерактивному режимі потрібного товару або послуги, уточнення умов: вартості й термінів постачання, торговельних знижок, гарантійних і сервісних зобов'язань; онлайн-замовлень товару чи послуги або запит контрактної пропозиції, погодження й укладення контракту; оперативний контроль за постачанням товару; одержання за допомогою електронної пошти супровідних документів: накладних, фактур, комплектуючих відомостей та ін.; підтвердження завершення постачання товару або послуги, виставлення й оплата рахунків; виконання банківсько-кредитних і платіжних операцій. На сучасному етапі розрізняють такі основні види прикладних служб, як онлайн-бази даних для діалогового пошуку інформації і видачі довідок та різних статистичних звітів; сукупність електронних поштових скриньок, програмних засобів обробки, збереження і передачі повідомлень, термінальних станцій для підготовки і виведення повідомлень; системи передачі фінансових (кредитних, платіжних) документів між клієнтами і банками, між банками та іншими фінансовими і комерційними організаціями (EFT — Electronic Funds Transfer); системи обміну документами, які мають розвинуту структуру даних (EDI — Electronic Data Interchange).

Платіжна система в Інтернет — це система проведення розрахунків між фінансовими, комерційними організаціями й користувачами в процесі покупки/продажу товарів і послуг через Інтернет. Вона перетворює службу з обробки замовлень або електронну вітрину в повноцінний магазин з усіма стандартними атрибутами: вибравши товар або послугу на сайті продавця, покупець може здійснити платіж зі свого комп'ютера.

Стрімкий розвиток електронної комерції призводить до того, що електронні гроші, окрім традиційних кредитних карток, стали торгово-фінансовим інструментом. Вони за своєю природою мають два розуміння: матеріальне та віртуальне. У матеріальному розумінні цифрові гроші — це так звані smart-картки, в котрих можна зберігати цифрову готівку. У віртуальному розумінні — це різноманітні електронні платіжні системи для забезпечення транзакцій у телекомунікаційних мережах. Цифрові гроші є електронними грошовими зобов'язаннями сторони, що їх випустила, але справжніми грошима з юридичної точки зору не являються.

При використанні кредитних систем на основі кредитних карт всі транзакції проводяться через Інтернет, тому застосовуються додаткові заходи безпеки й аутентифікації.

Фінансові послуги в мережі отримали найбільший розвиток у сфері банківських послуг, послуг у роботі на валютному і фондовому ринках, Інтернет-страхуванні. Сфера банківських послуг забезпечує проведення розрахунків і контроль над ними з боку усіх учасників фінансових відносин: розрахунки з постачальниками послуг Інтернет і мобільного зв'язку, платежі за комунальні послуги, покупки у віртуальних магазинах тощо. Вона є найбільш динамічним сегментом електронної комерції, який стрімко зростає разом зі збільшенням кількості користувачів мережі і охоплює більшість великих банків. У США у неї задіяні такі великі банки, як Citicorp, Bank of America, Wells Fargo, Bank One, First Union. Заощаджується час на відвідування банку. Клієнт має можливість 24 години на добу контролювати власні рахунки, миттєво реагуючи на зміни на фінансових ринках.

Сфера послуг у роботі на валютному і фондовому ринках дозволяє всім бажаючим брати участь у торгах на біржових площах на рівних правах з інвестиційними компаніями і банками з високою доходністю операцій. Це обумовлює безпосередню можливість покупки/продажу фінансових активів в реальному часі, створення інвестиційного портфеля інвестора, участь клієнта у фондах. Клієнту представляється фінансова і графічна інформація, аналітичні статті, допомога професіоналів, видаються кредитні картки і чекові книжки, відкриваються та обслуговуються додаткові пенсійні рахунки, доставляється на поштову скриню інформація про ціни на портфель акцій, котирування цінних паперів і курси валют. Так, компанія FOREX Club є однією з провідних учасниць світового ринку Інтернет-трейдингу (www.fxclub.org), мережа якої постійно розширюється і охоплює понад 100 офісів у 12 країнах світу, включаючи Росію і країни СНГ, США і країни ЕС. У структуру компанії FOREX Club входить ряд брокерів і освітніх закладів, в тому числі: брокер FOREX Club International Limited, брокер FOREX CLUB LLC (USA) та Міжнародна академія біржової торгівлі [8].

Послуги стали джерелом конкурентної переваги незалежно від того, де вони спостерігаються. У промисловості: технічне обслуговування і ремонт, навчання персоналу, консультації, забезпечення матеріалами або в традиційній сфері послуг: банки, туризм, готелі, ресторани тощо. Виникає необхідність нового підходу до управління персоналом, маркетингу, фінансів. Успіх діяльності фірми залежить не тільки від її можливостей у сфері виробництва і реалізації, але й від інновацій, знань, від забезпеченості інформаційними ресурсами, від здатності грамотно використовувати цей ресурс для підвищення конкурентних переваг компанії. Об'єктом управління стає відношення — комунікації з покупцем та іншими учасниками процесу купівлі-продажу. Продукти стають більш стандартизованими, а послуги — уніфікованими, що сприяє формуванню стандартних маркетингових рішень. Тому єдиним способом утримати споживача є індивідуалізація відносин з ним на основі розвитку довгострокової взаємодії партнерів. Головними факторами безперервності ринкових відносин стає продукт, в якому інтегровані інтелектуальний та інформаційний ресурс. Підґрунтям для побудови ефективної системи взаємовідносин з клієнтами стали сучасні інформаційні технології, які дозволяють збирати, зберігати, надавати потрібну інформацію, аналізувати її та допомагати в прийнятті рішень менеджерам компаній. Сучасна інформаційна система повинна відповідати всім нововведенням в теорії і практики менеджменту. Постійний рівень зростаючої конкуренції змушує керівників компаній шукати нові методи зберігання своєї присутності на ринку і удержанні рентабельності своєї діяльності: диверсифікації, децентралізації, управління якістю тощо.

Інтернет-страхування — це комплекс елементів взаємодії страхової компанії та її клієнта через мережу Інтернет, які виникають в процесі продажу продукту страхування — полісу страхування, його обслуговування і виплати страхового відшкодування в наслідок страхової події. Щорічний обіг світового страхового ринку в Інтернет сягає \$250 млн, що складає 2 — 2,5 % від загального обсягу продаж в мережі. Одним з лідерів світового ринку страхових Інтернет послуг є США, прикладами можуть бути портали www.insweb.com, Insure.com, insurence.com, lifeshopper.com де зібрана інформація про найбільші страхові компанії, їх рейтинги, послуги та ціни. Продаж страхових полісів через мережу здійснюють Electric Insurance Company (www.electricinsurance.com), American International Group (www.aigdirect.com), RelianceDirect Insurance Company (www.reliancedirect.com), Instant Auto Insurance (www.instantauto.com).

Отримали право на існування так звані «віртуальні підприємства» як нова форма економічної організації. Таке підприємство складається з територіально роз'єднаних фірм або співробітників, що обмінюються продуктами своєї праці і спілкуються винятково електронними засобами при мінімальному або цілком відсутньому особистому контакті. Це вже не просто департаменти, відділи і групи, а сукупність бізнес-процесів, навколо яких організовується робота і які приносять компаніям довгостроковий успіх. Віртуальне підприємство відображає взаємодію виробників, постачальників, партнерів та споживачів. Воно може складатися з автономно працюючих установ, корпорацій, бути розподілено географічно або складатися з тимчасового об'єднання підприємств, працюючих над проектом.

Додаються механізми управління транснаціональними корпораціями, включаючи підтримку кількох часових поясів, мов, валют, систем бухгалтерського обліку і звітності.

Паралельно з розвитком мережевих технологій і ростом мережі Інтернет, удосконаленням корпоративних інформаційних систем, забезпечуючи автоматизацію бізнес-процесів підприємств, відбувався процес створення стандартів, які дозволяють цим системам обмінюватись між собою інформацією. Використання сучасних інформаційних технологій призводить до зниження витрат у компаніях, де розгорнуті системи автоматизації діяльності підприємства [9].

Використання мережі Інтернет спільно з інформаційними технологіями роблять віртуальний бізнес привабливим і прибутковим. Нові форми обміну інформацією зумовлюють виникнення нових форм організації бізнесу з використанням сучасних засобів передачі даних. Трансформується офісна діяльність організацій, компаній, підприємств. Сучасний офіс перетворюється в офіс з набором мережевих служб: електронною поштою, файловим сервером, сервером додатків (факс-сервер, принт-сервер), розташованих у мережі. Офіси облаштовуються персональними комп'ютерами, копіювальними і факсимільними пристроями, засобами мобільного зв'язку. Змінюються принципи організації праці, модернізуються трудові відносини шляхом додання їм мережевих форм. Необхідність роботи з документами, матеріалами, базами даних конкретної організації, підприємства або установи вдома, у готелі, у транспортних засобах призвела до появи «віртуальних офісів». Віртуальний офіс — це Інтернет-ресурс, якій дозволяє географічно роз'єднаним співробітникам компанії організаційно взаємодіяти за допомогою єдиної системи обміну, зберігання, обробки і передачі інформації і управлінських дій. Скорочуються витрати на утримання офісних приміщень, на оренду додаткових площ, обладнання, електроенергії, управлінського персоналу, економиться час співробітників на поїздки в офіс та додому, створюється оптимальна атмосфера для роботи і, як наслідок, підвищується продуктивність праці. На Заході послугами віртуальних офісів (Call-центрів) користується більшість компаній. Тільки в США існує понад 70 тисяч Call-центрів. В Україні найбільш активними користувачами й постійними клієнтами Call-центрів є великі компанії, що працюють на ринку електроніки й побутової техніки; банки страхові компанії, фірми, що займаються прямими продажами; фірми, що відкривають філії та представництва в іншому місті тощо. Віртуальні офіси стають важливим сегментом розвитку малого і середнього бізнесу.

Висновки. Розглянуті деякі проблеми, пов'язані з виробництвом інформації, використанням інформаційних ресурсів, особливостями ринку інформаційних товарів і послуг в економіці усіх країн. Сьогодні актуальною стає дефініція: «Без матеріалів нічого не існує. Без енергії нічого не відбувається. Без інформації нічого не має сенсу», яка зазначається в Програмі політики в області інформаційних ресурсів Гарвардського університету [10]. Визнання ролі інформації в сучасному економічному і соціальному розвитку є першим, але самим важливим кроком на шляху становлення інформаційного ринку, інформаційної економіки, економічного прогресу в новому віртуальному світі з його вибухоподібним зростанням та постійними змінами.

Література

1. Martin W. J. The Global Information Society / William J. Martin / USA: Aslib Gower, 1995. — 233 p.

2. Федотова В. Г. Модернизация и глобализация: Образы России в XXI веке / Федотова Валентина Гавриловна : РАН. Ин-т философии ; Отв. ред. В. Г.Федотова. — М. : ИФ РАН, 2002. — 208 с.
3. Lash S. Critique of Information. London; Thousand Oaks (Ca.) : Sage Publications, 2002. XII — 234 p.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс / С. Кастельс // пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана; Гос. ун-т. Высш. шк. экономики. — М., 2000. — 606 с.
5. Бек У. Что такое глобализация? / У. Бек. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 89 с.
6. Status Report on European Telework: Telework 2010, European Commission Report, 2010, [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.eto.org.uk/twork/tw97eto>
7. Cohen Adam. The Perfect Store: Inside eBay. — Little, Brown & Company, 2009. — С. 336.
8. Россия в цифрах. 2009 : крат. стат. сб / Росстат. — М., 2009. — 525 с.
9. Бугорский В. Н. Сетевая экономика : учеб. пособие / В. Н. Бугорский. — М. : Финансы и статистика, 2008. — 256 с; илл.
10. Oettinger A. Information resources: Knowledge and power in the 21st century.— Science, 1980, vol. 209, p.191 — 198.

Надійшла до редколегії 24.02.2012.