

3. Офіційний сайт MEDok [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me-doc.com.ua/about-medoc?lang=rus>. – Назва з екрана. – Останній перегляд 11 травня 2017 р.

*Щербіна О. С., канд. екон. наук  
Донецький національний університет імені Василя Стуса,  
м. Вінниця*

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ**

Електронна комерція все більше завойовує популярність у світі і в Україні. Електронна комерція існує близько 30 років, а перші продажі через Інтернет були зафіксовані в 1995 р. Зараз відбувається поступова трансформація понять і вводиться поняття «електронний бізнес», як загальне поняття бізнес-активності в Інтернеті.

Під електронною комерцією слід розуміти будь-яку економічну діяльність з використанням електронних інформаційних технологій. Електронна комерція ґрунтується на структурі традиційної комерції, а використання комп'ютерних мереж додає їй гнучкості.

Інтернет надає звичайним користувачам, бізнесу і державі різні можливості. При підключенні до Інтернету користувач отримує доступ до певного набору послуг, як платних, так і безоплатних:

- отримання різної інформації – платні і безкоштовні веб-сторінки. Доступ до державної інформації та взаємодія з держапаратом (наприклад, оплата податків, штрафів) – сектор Government-to-Customer – G2C;

- доступ до інтернет-послуг – пошта, хостинг, обмін миттєвими повідомленнями;

- доступ до фінансових інтернет-послуг – здійснення банківських операцій (депонування, отримання грошей в кредит, оплата рахунків та ін.), брокеридж (одержання даних з ринку і купівля / продаж цінних паперів у режимі реального часу), інтернет-страхування (купівля поліса через Інтернет);

- інтернет-шопінг – покупка будь-яких товарів через Мережу;

- в Інтернеті користувач може поширювати інформацію, може впливати на громадську думку (у тому числі і на ринкові очікування) – використання веб-дошок, конференцій;

- e-workforce (електронне робоче місце) – віддалені робочі місця, співробітник може оперативніше працювати на компанію, яка міститься в іншому місті / країні, не відвідуючи офісу самої компанії [1].

Для роботи багатьох фахівців необхідна найрізноманітніша й оперативна інформація з різних галузей знань. У наш час основним інформаційним ресурсом для отримання даних є мережа Інтернет. Для роботи з нею застосовують спеціальні програмні засоби – веб-браузери, що дозволяють отримувати найрізноманітнішу інформацію по всьому світу [2].

На сучасному етапі розвитку електронних коштів бізнесу можна виділити два основних напрями використання Internet в бізнесі: технології Internet для бізнесу та бізнес в internet-просторі.

*Перший підхід* (Internet to Business) використовується мало не з самого моменту зародження Internet. Будь-якій компанії необхідний інформаційний супровід своїх бізнес-процесів, а також інформаційна взаємодія в режимі On-Line з зовнішнім середовищем – філіями в інших містах і країнах, клієнтами, постачальниками – надійне і, бажано, недороге. Ті компанії, які першими стали використовувати електронну пошту і телеконференції, на деякий час отримали конкурентну перевагу – розвинені технології дозволяють практично миттєво обмінюватися якісною мультимедіа інформацією.

Компанії стали обзаводитися інформаційними вітринами (сайтами), а багато-профільні компанії та корпорації – інформаційними порталами (Enterprise Information Portal – EIP), які дуже швидко почали не лише представляти «обличчя» компанії в бізнесі, але і стали одним з потужних інструментів управління бізнесом.

Створення та ефективне використання Web-порталів відкриває принципово нові можливості для використання internet-технологій у бізнесі і дозволяє:

- оперативно розміщувати і розвивати інформаційні ресурси організації;
- прискорити доступ до інформації з тематики portalу в будь-який момент, в будь-якій точці перебування та для будь-якого зацікавленого користувача;
- підвищити інформативність осіб, які займаються підготовкою прийняття рішення;
- формувати «клуб друзів організації», тобто зацікавлювати потенційних замовників і клієнтів якісними продуктами та послугами, системами знижок і бонусів, акумулювати додаткові фінансові ресурси за рахунок привабливих інвестиційних проектів і більш активного використання інформаційних ресурсів організації широким колом зовнішніх користувачів;
- оптимізувати рекламний бюджет і IT-витрати організації (за рахунок організації Web-сервісів колективного користування);
- інтегрувати інформаційні ресурси організації з ресурсами постачальників, партнерів з бізнесу, світовими інформаційними ресурсами;
- підвищити якість управління процесами, інформаційною безпекою та діяльністю організації в цілому.

*Другий підхід* (Business in the Internet) ґрунтується на розумінні того, що сучасний Internet є сформованим інформаційним віртуальним простором, який доступний будь-якому користувачеві мережі в будь-який час в будь-якій точці планети. Можливість інтерактивної взаємодії дозволяє користувачам, не виходячи з офісу або будинку, робити покупки в internet-магазинах, оплачувати послуги, грати на біржі, здобувати освіту, підвищувати культурний рівень. Для компаній, що використовують internet-технології, це реальна можливість «присувати» бізнес через Internet – маркетинг, продажі, надання послуг, реклама.

У зв'язку з цим сформувалися два поняття: електронний бізнес та електронна комерція, які при всій зовнішній схожості мають істотні відмінності.

Електронний бізнес (e-Business) означає здійснення та автоматизацію бізнес-процесів, а також підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок

повсюдного застосування досягнень зі сфери Web-технологій. При цьому фокус ділової активності переміщається на максимальне використання переваг внутрішніх і зовнішніх зв'язків компанії в глобальних ІС.

В електронному бізнесі можна виділити чотири шари: internet-інфраструктура, internet-послуги, інформаційні посередники, електронна комерція. Інфраструктура реалізується телекомунікаційними компаніями і виробниками програмного забезпечення, комп'ютерного та мережевого обладнання. Послуги надаються Internet сервіс-провайдерами, що забезпечують транзакції в мережі, і власниками каналів зв'язку. Інфраструктура послуг інформаційних посередників включає в себе служби, консультаційні та обслуговуючі компанії, що забезпечують створення Web-сторінок і управління їх контентом, пошукові машини, бази даних і мультимедіа-застосування. Кожен учасник цього шару активно сприяє реалізації електронної комерції. Електронна комерція (e-Commerce) є найважливішою складовою частиною електронного бізнесу. Це вид бізнесу, в якому взаємодія (транзакції) між учасниками комерційних угод відбувається за допомогою інформаційних технологій (електронні платежі, електронний цифровий підпис та ін.) або за допомогою Internet (internet-комерція) [3].

Оскільки Інтернет на сьогоднішній день є ефективним інструментом ведення бізнесу, управління web-контентом стає важливим завданням менеджерів. Web-контент – це будь-яке інформаційно значуще наповнення інформаційного ресурсу (web-сайту), тобто вся інформація, яку користувач може скопіювати (завантажити) на диск комп'ютера з дотриманням відповідних законів, як правило, тільки для особистого користування, наприклад: тексти, графіка, картинки, фото, креслення, елементи інтерфейсу; мультимедіа: аудіо-, відеофайли; файли у форматі Adobe, Excel, Word, PowerPoint, exe, rar і т. ін.

Увесь web-контент (англ. Web-content) охороняється законом про авторське право, оскільки є продуктом інтелектуальної праці і має своїх авторів і власників. Крім якості, одним з важливих критеріїв контенту є його доступність. Обсяг контенту виражається в одиницях вимірювання кількості інформації [2]. Особливу важливість для користувача має актуальність web-контенту, його значимість у наш час і достовірність наданих даних, а також його відповідність поставленим цілям з пошуку, що і стане об'єктом подальших досліджень.

### Список використаних джерел

1. Трофимов В. В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для бакалавров / В. В. Трофимов; отв. ред. В. В. Трофимов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 542 с.
2. Плахотникова М. А. Информационные технологии в менеджменте: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / М. А. Плахотникова, Ю. В. Вертакова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 326 с.
3. Трофимов В. В. Информационные технологии: в 2 т. Том 1: учебник для академического бакалавриата / В. В. Трофимов; отв. ред. В. В. Трофимов. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 238 с.