

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИРОДИ ІНФОРМАЦІЙНО – КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГЛОБАЛЬНОМУ РОЗРІЗІ

Інформація в сукупності з ІКТ та знаннями стає одним з найважливіших факторів успішного функціонування будь-якої економічної системи, здійснюючи революційний вплив на розвиток сучасних форм міжнародного бізнесу та модернізацію старих. У зв'язку з впровадженням електронної комерції та електронного бізнесу в практику фірм, корпорацій і банків відбулися зміни в характері проведення комерційних та фінансових трансакцій, взаємовідносин з партнерами та клієнтами, розробки і впровадження ділових стратегій, і у власне конкуренції. Під впливом ІКТ всі області бізнесу видозмінюються, модифікуються, адаптуються до нових явищ і відносин в діловому навколишньому середовищі. ІКТ в значній мірі змінюють характер економічної взаємодії розосереджених економічних одиниць. Виникаючі в бізнесі організаційні схеми базуються на мережевому принципі і на мережевій взаємодії, яке стає фундаментальним чинником, а мережі - основоположним інструментом нової організаційної схеми в міжнародному бізнесі.

Ключові слова: міжнародний бізнес, інформаційно – комунікаційні технології, глобальна інформаційна система, електронна інфраструктура, інформація.

¹ аспірантка кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Information in conjunction with ICT and knowledge becomes a critical factor of successful functioning of any economic system, making a revolutionary impact on the development of modern forms of international business and upgrading old ones. In connection with the introduction of e-commerce and e-business practices in companies, corporations and banks have been changes in the nature of conducting commercial or financial transactions, relationships with partners and customers, developing and implementing business strategies, and in their own competition. Under the influence of ICT all areas of business are modified, modify, adapt to new developments and relationships in business environment. ICT is largely changing nature of economic interaction dispersed economic units. Emerging business organizational charts based on the principle of network and networking that becomes a fundamental factor in a network - a fundamental tool for a new organizational scheme in international business.

Keywords: international business, information - communication technology, global information systems, e-infrastructure, information.

Информация в совокупности с ИКТ и знаниями становится одним из важнейших факторов успешного функционирования любой экономической системы, осуществляя революционное воздействие на развитие современных форм международного бизнеса и модернизацию старых. В связи с внедрением электронной коммерции и электронного бизнеса в практику фирм, компаний и банков произошли изменения в характере проведения коммерческих и финансовых операций, взаимоотношений с партнерами и клиентами, разработки и внедрения деловых стратегий, и в собственно конкуренции. Под влиянием ИКТ все области бизнеса видоизменяются, модифицируются, адаптируются к новым явлениям. ИКТ в значительной степени изменяют характер экономического взаимодействия рассредоточенных экономических единиц. Возникающие в бизнесе организационные схемы базируются на сетевом принципе и на сетевом

взаимодействи, которое становится фундаментальным фактором, а сети - основополагающим инструментом новой организационной схемы в международном бизнесе.

Ключевые слова: международный бизнес, информационно - коммуникационные технологии, глобальная информационная система, электронная инфраструктура, информация.

Постановка проблеми. Об'єднання мереж різних типів і масштабів, побудова глобальної інформаційно- комунікаційної системи у вигляді мережі Інтернет призвели до створення принципово нового середовища бізнесу, до появи чисто мережевих віртуальних компаній, в яких здійснюється сучасне високотехнологічне управління на базі електронної інфраструктури. Інформаційні системи допомагають проводити аналіз проблеми, робити «видимими» комплексні об'єкти і створювати нові продукти. Тому актуальним постає питання впливу ІКТ на сучасну глобальну бізнес систему та світогосподарські відносини, які базуються безпосередньо на обміні інформацією.

Мета статті – дослідження економічної природи інформаційно – комунікаційних технологій в контексті розвитку сучасної системи міжнародного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В контексті дослідження економічної природи ІКТ та їх впливу на сучасну світогосподарську систему сожна виділити як зарубіжних, так вітчизняних вчених. Серед зарубіжних слід виділити: Г.Аргітіса, Р.Буайє, Д. Белла, Р.Вернона, Дж.Даннінга, Р.Дуана, М.Кастельса, Д.Норта, М.Портера, Дж.Стігліца, К.Фрімена. Серед праць вітчизняних вчених слід відзначити такі: О.Білоруса, В.Будкіна, Д.Богині, В.Семиноженка, О.Власюка, Д.Лук'яненка, В.Новицького, Ю.Пахомова, О.Плотнікова, В.Савчука, А.Філіпенка, А.Чухно.

Основні результати дослідження. Економічні відносини на сучасному етапі включають тісну взаємодію електронного/віртуального і реального

секторів економіки. ІС з мережевою структурою дають можливість створити віртуальну корпорацію для ефективної організації глобальної діяльності за допомогою використання електронної пошти, мережі Інтернет та відеоконференцій. Вони об'єднують компанії та їх філії, розташовані в різних географічних точках світу, щоб забезпечити своєчасну доставку комплектуючих, товарів і послуг, а також взаємодію між усіма ланками міжнародного бізнесу.

ІКТ та ІС в цілому сприяють здійсненню і координації комерційних операцій, що дозволяє ефективно використовувати конкурентні переваги, що забезпечуються новим інформаційно-комунікаційним середовищем. Мережеві технології стали найважливішим чинником модернізації традиційної економіки, в тому числі методів управління в корпораціях і некомерційних організаціях.

В результаті розвитку ІКТ та інформаційної економіки з'явилися нові форми і види бізнесу, нові ділові концепції і нові організаційні стратегії, відбулися зрушення в моделі міжнародної торгівлі (інтернет-магазини, інтернет-аукціони, інтернет-майданчики) і конкуренції. Відбулося розширення функцій банків у зв'язку з розвитком електронної комерції та електронних грошей[8]. З'явилися нові фінансові системи в Інтернет: інтернет-банкінг (надання банківських послуг через Інтернет), інтернет-трейдинг (послуги з оперування на валютному і фондовому ринках через Інтернет), інтернет-страхування (надання послуг страхування через Інтернет). Банківські послуги через Інтернет - найбільш динамічно розвивається сегмент електронної комерції.

Фактично електронна комерція є інструментом реалізації процесу глобалізації, тому що являє собою засіб ведення бізнесу в глобальному масштабі. За допомогою Інтернет навіть дрібні і середні постачальники можуть займатися глобальним бізнесом, а замовники отримують реальну можливість вибирати постачальників. Електронна комерція розширює бізнес-

простір і змінює організаційні засади функціонування не тільки торгівлі, а й виробництва та фінансів.

Фактор інформатизації стає рушійною силою розвитку і поглиблення процесу глобалізації. Інформатизація світового господарства привела не тільки до зміни форм ведення бізнесу, а й до перетворення самих ділових відносин.

Засоби інформатизації складають значну частку світового ринку і значною мірою визначають структуру інвестиційних потоків світового господарства, ще в кінці ХХ століття став перевищувати обсяги ринку природних ресурсів[10]. Індустрія інформатизації включає в себе кілька галузей: виробництво як власне інформації, засобів обробки інформації, тобто програмне забезпечення (ПЗ), обладнання для ПО, тобто комп'ютери, периферійне та теле- комунікаційне обладнання, а також комплектуючі для них.

Інформаційна індустрія сприяла також появи великій кількості нових фірм і компаній, зайнятих виробництвом комп'ютерів, периферії та комплектуючих, факсимільного обладнання, мобільних телефонів, інформаційних послуг, баз даних і знань, ПЗ. Поява інформаційної індустрії призвело до значних зрушень в моделях міжнародної торгівлі і конкуренції. Багато з вищезазначених факторів з необхідністю привели компанії до реорганізації бізнесу і до створення в них інформаційної та електронної інфраструктури.

До електронних торговельних систем відносять інтернет-магазини, які представляють собою веб-сайти, що забезпечують продажі через Інтернет з використанням електронного каталогу або іншого виду представлення продукції. Інтернет-магазини відносяться до роздрібною формі ведення торгівлі і об'єднують елементи прямого маркетингу з відвідуванням традиційного магазину. Інтерактивний магазин може запропонувати значно більше кількість товарів і послуг та забезпечити споживачів значно більшим обсягом інформації, необхідним для прийняття рішення про покупку. За

рахунок використання ІКТ можлива персоналізація підходу до кожного з клієнтів, виходячи з історії його відвідуванні магазину і зроблених раніше покупок.

Інтернет- майданчики являють собою віртуальні торгові майданчики - місце, де укладаються угоди між продавцем і покупцем і здійснюється проведення фінансово-торгових транзакцій. Розвиток торговельних інтернет-майданчиків повинно забезпечити більш ефективний і вільний потік інформації, товарів, платежів та інших послуг типу бізнес-бізнес[13]. За даними аналітиків, обсяг доходів від віртуальних торгових майданчиків в 2013 р. досяг 3300 млрд. дол. За ознакою створення і приналежності торгових майданчиків їх поділяють на три категорії: створювані покупцями, продавцями або третьою стороною, що залежить від ступеня впливу покупців і продавців в даній області. Існує думка, що до віртуальних торгових майданчиків слід відносити лише ті, які управляються нейтральною третьою стороною і служать для проведення транзакцій між багатьма покупцями і продавцями. Тим не менш, є ряд основних моментів, реалізація яких однаково важлива для всіх типів майданчиків: доступність і зручність, масштабована і надійна платформа, гнучка стратегія управління каталогами, інтеграція, забезпечення безпеки, адміністрування, бізнес-інтелектуальність (надання та аналіз даних), додаткові послуги (аукціони, фінансові послуги, організація логістики).

Електронний бізнес притягує до себе все більш різні сфери економіки, однією з яких став інтернет -маркетинг. Нові прогресивні тенденції, що мають місце в сучасному веб -маркетингу - це питання електронного брендингу, бенчмаркінгу, управління відносинами з клієнтами. До типами моделей продажів в мережі Інтернет віднесені: модель підтримки продажів, модель прямого продажу, модель продажу підписки, модель продажу реклами.

Фінансові інститути, в тому числі і кредитні організації, перейшли до нової форми міжнародного банкінгу - електронного банкінгу, що сприяло

розширенню сфери фінансової діяльності та охопленням нових ринків фінансових послуг. Традиційна банківська справа зазнала значних змін, що торкнулися, перш за все, розширення «ареалу» надання банківських послуг. З регіональної сфери своєї дії електронні банки стали здатними перейти до глобального охоплення споживачів банківських послуг, використовуючи нові ІКТ та нові конкурентні моделі. До електронних каналів доступу зазвичай відносять мережу Інтернет, безпосередній доступ з використанням модему, застосування стільникового телефону (система коротких повідомлень SMS, WAP протокол, GPRS), звичайний телефон (CALL-центр, тональний набір, керування голосом), факсимільний апарат і банкомати, інформаційні кіоски, Web-TV, Web Phone та інші існуючі і плановані канали[11].

ІКТ змінили також функціонування фондових бірж. Донедавна торги на світових фондових біржах проходили в певному фізичному просторі. Завдяки використанню ІКТ фізичні ринки скоротилися в кількості, а замість цього основна торгівля ведеться через комп'ютерні системи, такі, наприклад, як електронна система біржових котирувань Лондонської фондової біржі або система автоматичного котирування Національної асоціації біржових дилерів в США. Електронні системи управляються котируваннями, тобто дилери призначають ціни покупця і продавця на екрані, щоб інші власники акцій могли зробити свій вибір. Як наслідок технологічних зрушень, фондові біржі відчували результати значної дерегуляції в останні роки, отримані за рахунок скорочення обмежень на їх методи роботи. Знищення обмежень зробило можливою глобальну торгівлю акціями, в результаті чого з'явилися світові фондові ринки, які потребують постійно оновлюваної інформації в цій області: про фінансові результати, в тому числі піврічних і річних; про розвиток переговорів і укладанні угод; про нові або відновлених фінансових інститутах; про зміни в структурі власників акцій; про спільні підприємства, злиття і поглинання; про нові продукти чи процеси.

В даний час фірмами широко використовується часткова або повна передача окремих бізнес-функцій і навіть частин бізнес-процесу стороннім

особам та/або організаціям. Це явище отримало назву аутсорсинг. Головна відмінність такої структури організації бізнесу полягає в тому, що основні операції, такі як виробництво, розробка нової продукції, сервіс, бухгалтерський облік виконуються окремими організаціями (підрозділами) за контрактом або з іншої домовленості. Зв'язок центрального офісу з даними організаціями (підрозділами) здійснюється (як правило) з використанням електронних засобів та глобальної мережі передачі даних. Найважливішою перевагою є присутність організації в багатьох країнах світу, а також можливість завойовувати ринкові позиції скрізь, де є така можливість. Мережева організація консолідує ресурси по всьому світу з метою домогтися найкращої якості продукції при максимально низькій вартості, що є одним з вирішальних чинників для досягнення сталої переваги над конкурентами[12]. Перевагою є також гнучкість у виборі робочої сили, оскільки виконання будь-якої функції, будь то інженерна розробка чи сервіс, можна замовити, умовно кажучи, у профільній компанії в будь-якій точці світу. Як наслідок аутсорсингу, великі виробники стають системними інтеграторами роздільно вироблених вузлів. У багатьох випадках вони можуть взагалі нічого не виготовляти, готова продукція при цьому постачається мережею зовнішніх структур в їх центри замовлення або безпосередньо споживачам. Перекладання виробництва і пов'язаних з ним виробничих процесів на мережу зовнішніх структур вивільняє величезний капітал, який може бути спрямований на розробку брендів, залучення споживача, управління постачальницької мережею та інші процеси, що забезпечують лідерство в галузі. Бренд-компанії з малим капіталом, що працюють в тісній кооперації з мережею зовнішніх структур, - нове явище в бізнесі, яке називається "співтовариством доданої вартості" (СДС).

В умовах глобальної інформаційно-мережевої економіки, розгортання та відтворення системної фінансово-економічної кризи, різкого загострення конкурентної боротьби на світових ринках виникає цілий клас нових явищ і процесів, які вимагають нового наукового осмислення та систематизації,

концептуального теоретико - методологічного дослідження і обґрунтування їх сутності, характеристики економічного змісту та форм прояву, а також розробки нового категоріального апарату та введення в науковий обіг системи нових взаємопов'язаних понять.

Сьогодні в умовах всеохоплюючої глобалізації, всебічного розвитку ІКТ та загострення конкурентної боротьби на світових ринках головною характеристикою передової економіки стає глобальна конкурентоспроможність. Системними елементами глобальної конкурентоспроможності, або гіперконкуренції, є багаторівневність і багатоаспектність, нові знання (компетенції), керованість, динамізм, адаптаційні, мобільність, інноваційність, ефективність тощо, які визначають глобалізаційні переваги світових країн - лідерів і технологічно передових транснаціональних компаній.

Поняття «гіперконкуренція» (hypercompetition) докладно досліджував счений Річард Д'Авені. На його думку, вона характеризується «постійно наростаючим суперництвом у появі товарних інновацій, скороченням часу, НДДКР, агресивної конкуренцією цін і компетентностей та експериментуванням з новими підходами до обслуговування купівельних потреб». Р.Д'Авені використовує термін «гіперконкуренція» для опису галузевого навколишнього середовища, що характеризується інтенсивними і швидкими діями конкурентів, коли суперники повинні діяти блискавично, щоб отримати ринкову перевагу і зруйнувати переваги своїх конкурентів.

Професор Базельського університету Манфред Брун під терміном «гіперконкуренція» розуміє таку ситуацію, коли підприємства у все більшій мірі піддаються сукупному впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних факторів, що веде до виникнення багатоаспектної, динамічної і агресивної конкуренції. Він виділяє кілька відмінних ознак гіперконкуренції[6]:

- По-перше, гіперконкуренція одночасно охоплює кілька сфер, найважливішими з яких є витрати, якість, часові терміни, «ноу -хау»,

створення ринкових бар'єрів, зміцнення фінансового становища. В умовах гіперконкуренції менеджмент не може зосереджувати зусилля лише на одному з конкурентних параметрів, всіх їх необхідно враховувати одночасно.

- По-друге, підприємства повинні брати до уваги багатоаспектний характер гіперконкуренції. Вона може протікати на різних рівнях - на товарних ринках; в області ресурсів; між різними підприємницькими концепціями; у складі об'єднання підприємств, коли компанія бореться з суперниками не поодиночі, а уклавши союз з іншими виробниками, постачальниками, партнерами по кооперації, торговими посередниками. Багатоаспектність гіперконкуренції проявляється також у тому, що підприємство на ситуацію на різних ринках реагує по-різному. При застосуванні концепції так званої багатоточечної конкуренції цілком можливе діаметрально протилежне ринковій поведінці підприємства в різних ключових напрямках (наступальне, оборонне).
- По-третє, ознакою гіперконкуренції є динамізм розвитку ринку. Позиції конкурентів і розстановка сил змінюються з наростаючою швидкістю. Динаміка ринку відбивається в безперервному проникненні нових і відхід з ринку старих конкурентів, появи нових видів послуг, великій кількості злиттів і покупок підприємств і тощо. Прогнозувати ситуації все важче і проблематичніше, терміни прогнозів стають коротшими.
- По-четверте, ознакою гіперконкуренції є зростаюча агресивність учасників ринкового суперництва. Поведінка підприємств стає менш миролюбивою. Ведуться прямі атаки для ослаблення конкурентів, причому з порушенням правових уставів. Мета подібної агресії полягає в порушенні рівноваги в розкладці сил конкурентів. Особливо часто для цього використовується агресивна політика цін.

У цьому сенсі більш точну сутність аналізованих процесів, що відбуваються в сучасній глобальній економіці, відображає поняття

«Глобальна інноваційна гіперконкуренція», яка являє собою динамічний всеохоплюючий процес інноваційного (інформаційно- ідеологічного, науково-освітнього, сервісно-технологічного, організаційно-управлінського) суперництва на глобальних ринках між провідними високотехнологічними компаніями-лідерами, що представляють, як правило, найбільш розвинені країни світу.

У зв'язку з цим вводиться поняття «глобальні інноваційні гіперконкурентні компанії або корпорації» (ГІГК). Слід мати на увазі, що в сучасній глобальній інформаційно-інноваційній економіці все більша частка бізнесу ГІГК здійснюється в глобальній мережі Інтернет. Наприклад, однією з провідних компаній світу з багатомільярдною капіталізацією є глобальна пошуково-сервісна система Google, яка відноситься до класу і типу ГІГК.

Слід підкреслити, що ГІГК принципово відрізняються від великих традиційних компаній (наприклад, сировинних), діяльність яких базується на традиційних ресурсах і традиційних (інноваційно запізнілих) методах маркетингу, менеджменту і конкурентної боротьби. Найважливіше місце в сучасній глобальній економіці займають найбільші транснаціональні компанії (Microsoft, IBM, Apple, Intel, GE, Samsung). В умовах тотальної і всеосяжної глобалізації виникає новий тип вертикально і горизонтально-мережових інтегрованих компаній, з новими інтегративними функціями, завданнями та методами гіперконкурентної боротьби в глобальній інформаційно-мережовій економіці.

ГІГК покликані забезпечити глобальний науково-технологічний інноваційний розвиток, виступаючи локомотивом світової економіки і формуючи глобальне інформаційно-інноваційне, фінансово-виробниче та маркетингово-управлінське середовище; а також глобальну інформаційно-мережову концентрацію і оптимальний розподіл факторів виробництва (за рахунок подолання просторово-часових і національно-протекціоністських кордонів). При цьому відбувається розмивання як національних, так і регіонально-галузевих і корпоративних кордонів. Оскільки така мережева

структура не існує у фізичному просторі, а створюється шляхом інформаційної інтеграції ресурсів взаємодіючих партнерів, її нерідко називають квазіпідприємством.

Сучасну епоху можна назвати епохою поступової трансформації та переходу суспільства від традиційної індустріально-ринкової системи господарювання до нової високо організованої системи господарювання, основою якої є інформаційно-інноваційний спосіб виробництва нових наукових знань, інформаційних продуктів, сервісів і послуг. Цей перехід носить глобальний характер і зачіпає основоположні принципи системної організації світової системи господарства і більшості країн світу. Він характеризується тим, що епоха стихійного історичного розвитку людства закінчилася і настає епоха його глобалізаційного програмованого, цілеспрямованого розвитку.

Результатом зазначених метамарфоз в глобальній економічній системі під впливом інформаційно – комунікаційних технологій, виникає якісно нова категорія в данному контексті – інформаційна економіка. Розглядаючи її як економічну систему суспільства, можна виділити наступні стадії становлення:

1. Проникнення інформаційних технологій у виробництво. З точки зору технологічного аспекту, поширюються нові інформаційні технології в галузі обладнання та зв'язку. Частка інформаційного виробництва та виробництва інформаційних технологій в економіці країн незначна. Географічний чинник відіграє велику роль, так як система комунікацій розвивається асиметрично. Інформатизація органів державної і муніципальної влади носить хаотичний характер.
2. Масове впровадження інформаційних технологій і переважання стандартизованих систем. Інформаційна інфраструктура вже практично сформована, концентрується увага на створення та впровадження стандартних інформаційних систем. Частка інформаційного сектора в економіці збільшується. Система комунікацій розвивається, але хоча

відбувається деяке подолання інформаційної нерівності серед країн, для багатьох територій питання відстані актуальні.

3. Перевищення продуктивності у сфері виробництва інформації та інформаційних технологій над іншими галузями. Велику роль починають грати інформаційні технології виробництва інформації і знання. На перше місце виходять технології комунікацій. Частка інформаційного сектора в економіці збільшується, частка витрат на інформацію в собівартості продукції практично порівнюється з іншими статтями витрат. Питання відстані практично не грають ролі, так як переважна більшість транзакцій відбувається в електронному вигляді. З'являється електронний уряд, типові інформаційні системи переважають в органах влади, більшість транзакцій відбувається через мережу. Проблемою може стати переоцінка ролі інформаційних технологій.

Загалом, інформатизація економіки означає як технічна трансформація на основі комп'ютерної техніки та інформаційних технологій, так і перетворення інформації в економічний ресурс першорядного значення. Інформаційна економіка є по своїй суті ринковою, вона характеризується, як і інші ринкові системи, суверенітетом споживача, наявністю «вільного» підприємства, ринком вільного типу, конкуренцією і державним невтручанням.

Висновки. Отже, підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що масштабна експансія ІКТ трансформує та видозмінює всі сфери життєдіяльності людини. Їх економічна суть відображається у створенні якісно нових економічних категорій, які не підпорядковуються обґрунтуванню класичними теоріями та практично не регулюються консервативним механізмами та інструментами. В узагальненні цього створюється інформаційна економіка, найважливішим завданням якої є дослідження нової ролі інформації в інформаційному суспільстві, яка обумовлена підвищенням її значущості як головною виробничою силою та об'єктом виробництва.

Список використаних джерел:

1. Цветков В. Об отправной точке неоиндустриальной модернизации // Экономист. - 2010. - №11.
2. Карачаровский В. Долгосрочные тенденции развития инновационного сектора // Экономист. - 2010. - №11.
3. Петраков Н. К вопросу о модернизации экономики // Экономист. - 2010. - №12.
4. Фролов Д., Стратулат В. Развитие nanoиндустрии и экономическая безопасность // Экономист. - 2010. - №12.
5. Алексеев А. Производственный аппарат промышленности: о деградации к модернизации // Экономист. - 2011. - №2.
6. Доклад Всемирного экономического форума "От перераспределения благ к созданию процветания: выводы их индекса глобальной конкурентоспособности" // Вопросы экономики. - 2011. - №8.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Под ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
8. Мамчиц Р. Электронная коммерция в ближнем и дальнем зарубежье // Politekonom. 2001. №3.
9. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии. – М.: Экзамен, 2003.
10. Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности // Вопросы экономики. 2001. №8.
11. Mann C.L. Global Electronic Commerce. Washington, DC: Institute for International Economics, 2000.
12. Martin W.J. The Global Information Society. Aldershot: Aslieb Gower; Brookfield, Vt., USA: Gower, 1995.
13. Masuda Y. Computopia // The Information Technology Revolution / T. Forrester, ed. Oxford: Blackwell.

