

УДК 004.738.5

Кирич Б. – ст. гр. СІм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОНТЕНТ-КОМЕРЦІЇ

Науковий керівник: к.т.н., доц. Осухівська Г.М.

КурчВ.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

ELECTRONIC CONTENT COMMERCE SYSTEMS

Supervisor: prof. Osukhivska H.M.

Ключові слова: інформаційні ресурси, контент.

Keywords: information resources, content.

Системи електронної контент-комерції кардинально змінюють ситуацію в інтернет-просторі. Актуальність впровадження системи електронної контент-комерції (СЕКК) зумовлена наступними чинниками: глобалізація бізнесу сприяє зростанню попиту на контент та швидкому отриманню доступу до нього для успішного ведення бізнесу; нерівномірність функціонування бізнес-процесів відповідно до регіонів (країн, областей тощо) призводить до зростання потреб в регулярності отримання необхідного контенту; економія часу в отриманні шуканого контенту; персоналізація у наданні послуг; інтегрованість СЕКК. Переваги впровадження СЕКК: збільшення оперативності одержання контенту, особливо при міжнародних операціях; скорочення циклу виробництва і продажу; зниження витрат, пов'язаних з обміном інформацією за рахунок використання сучасних ІТ та ПЗ; використання Інтернет-технологій електронної контент-комерції дозволяє компанії стати більш відкритою стосовно клієнтів; автоматичне інформування партнерів та клієнтів про контент; створення альтернативних каналів продажу, наприклад, через електронні газети на корпоративному сайті. Активний розвиток Інтернет сприяє зростанню потреб в отриманні оперативних даних виробничого та стратегічного характеру і реалізації нових форм інформаційного обслуговування через сучасні ІТ електронної комерції. Документована інформація, підготовлена відповідно до потреб користувачів, є комерційним контентом. Сьогодні електронна комерція є об'єктивною реальністю та перспективним бізнес-процесом. Інтернет є бізнес-середовищем, а комерційний контент є товаром з найбільшим попитом і продажами в ньому та основним об'єктом процесів електронної контент-комерції. Комерційний контент можна відразу замовити, оформити, оплатити та отримати on-line як товар. Через Інтернет продають весь спектр комерційного контенту – наукові та публіцистичні статті, музику, книги, фільми, фото, програмне забезпечення тощо. Відомими корпораціями, які реалізують електронну контент-комерцію, є Google через Play Market, Apple – Apple Store, Amazon – Amazon.com.

Сучасні СЕКК орієнтовані на реалізацію комерційного контенту, який створений за межами системи. Проектування, створення, впровадження та супровід СЕКК неможливі без використання сучасних методів та інформаційних технологій формування, управління та супроводу комерційного контенту. СЕКК передбачає використання інформаційних технологій для взаємодії торговельних компаній з роздрібними покупцями, забезпечення повного циклу продажу контенту.

Існує певне протиріччя між активним розвитком і поширенням ІТ та СЕКК з одного боку, та порівняно незначним обсягом наукових досліджень з цієї тематики та їх локальністю з іншого. Це протиріччя породжує проблемне стримування інноваційного розвитку сектору електронної контент-комерції через створення і запровадження відповідних новітніх прогресивних ІТ, що негативно впливає на темпи зростання цієї частини ринку.