

В українській законодавчій практиці для протидії корупції було прийнято відповідні Закони України: «Про Національне антикорупційне бюро України», «Про запобігання корупції», «Про здійснення державних закупівель», «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення». Також для посилення ефективності боротьби з корупцією в Україні було внесено зміни до Кримінального кодексу України, Адміністративного кодексу України тощо.

Разом з тим, недостатня стандартизація нефінансової звітності українських компаній призводить до розрізненості ESG-інформації, яку повідомляють компанії. З огляду на це, інвестори (які дедалі більше цікавляться питаннями ESG) змушені використовувати рейтингові агентства ESG, які готові надати вже систематизовану та зіставну між компаніями інформацію про показники управління ESG.

Література

1. Жиглей Л, Легенчук С., Сивак О. Сучасні тенденції соціально відповідального інвестування в умовах сталого розвитку: питання ефективності. *European cooperation*. 2018. №. 9 (40). С. 103-118. URL: <https://doi.org/10.32070/ec.v9i40.30>

2. Щодо механізмів заохочення та формування культури повідомлення про можливі факти корупційних або пов'язаних з корупцією правопорушень, інших порушень Закону України «Про запобігання корупції». Офіційний вебсайт Національного агентства з питань запобігання корупції. URL: <https://wiki.nazk.gov.ua/>

УДК 339.166.5:659.2

Чурікова В.О., студентка,
Васюта В.Б., к.т.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

СУЧАСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС: СТРУКТУРА ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Сучасний інформаційний бізнес – це сегмент економіки, який зосереджений на створенні, обробці, зборі та розповсюдженні інформації та знань. Він є важливою складовою глобальної економіки і включає в себе різноманітні сфери діяльності, пов'язані з обробкою, зберіганням, передачею та реалізацією інформації. Цей сектор постійно зростає і розвивається завдяки швидкому розвитку технологій і змінам у споживчих прагненнях. Розглянемо структуру та основні характеристики сучасного інформаційного бізнесу.

Сучасний інформаційний бізнес є динамічним та різноманітним полем, і багато дослідників та експертів внесли значний внесок у його розвиток. Декілька

дослідників, які відіграли важливу роль у розвитку інформаційного бізнесу.

Клейтон Крістенсен відомий своєю теорією руйнівних інновацій, Крістенсен досліджував, як нові технології можуть змінювати існуючі ринки і бізнес-моделі.

Ерік Брайнжолсон і Ендрю МакАфі – автори книги «The Second Machine Age». Вони досліджували вплив технологій, зокрема штучного інтелекту, на бізнес та економіку.

Пітер Друкер став відомим як батько менеджменту. Друкер досліджував та писав про організаційний розвиток та інновації в бізнесі.

Рей Курцвейл, відомий футуролог і автор «Закону росту Курцвейла». Курцвейл пророкував розвиток технологій та їх вплив на бізнес та суспільство.

Клейтон М. Крістенсен (Clayton M. Christensen) – автор концепції «інноваційної деструкції», яка допомогла розуміти як нові технології можуть руйнувати традиційні бізнес-моделі.

Джордж Гільд (George Gilder) – автор книги «Microcosm» і засновник Гільдер Технолоджі Партнерс. Він досліджував розвиток інформаційних технологій та їх вплив на бізнес.

Карлотта Перез (Carlota Perez) досліджує технологічні революції та їх вплив на бізнес-цикли та інновації.

Ці дослідники та багато інших вчених робили важливий внесок у розуміння сучасного інформаційного бізнесу та впливу технологій на нього. Вони допомогли сформулювати нові концепції та ідеї, які багато компаній і підприємців використовують для розвитку та вдосконалення своїх бізнес-стратегій. На рисунку 1 графічно зображено структуру сучасного інформаційного бізнесу.

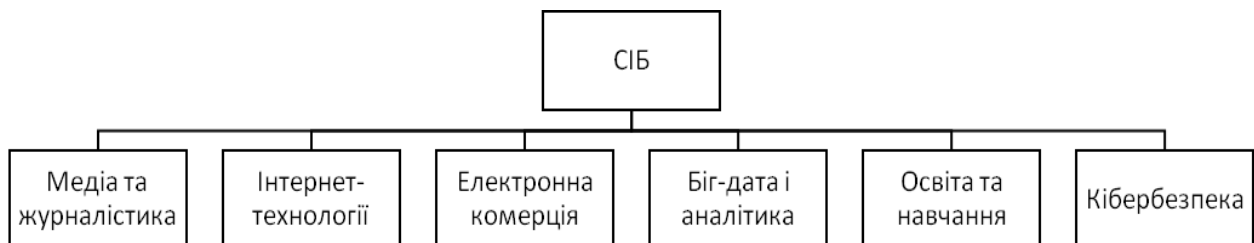


Рис. 1 Структура сучасного інформаційного бізнесу.

Інформаційний бізнес є ключовим компонентом глобальної цифрової економіки та має кілька основних характеристик.

Цифрова перетвореність. Сучасний інформаційний бізнес в основному базується на технологіях та використовує цифрові платформи для збору, обробки та поширення інформації. Це означає, що багато бізнес-процесів і продуктів стають доступними он-лайн.

Зростання обсягів даних. За останні роки обсяги інформації значно зросли, і це створило нові можливості для бізнесу. Аналіз даних став важливим інструментом для прийняття рішень та створення цінності.

Маркетинг та реклама. Інформаційний бізнес активно використовує маркетинг та рекламу для залучення аудиторії. Це може включати в себе