

РОЛЬ ВИРТУАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА В РАЗВИТИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Одной из ключевых тенденций современного общества является рост сети Интернет, который становится важной составляющей повседневной жизни. В связи с этим многие предприниматели усмотрели возможность повысить уровень продаж при помощи информационно-коммуникационных технологий, что привело к образованию электронной коммерции, под которой понимается форма поставки продукции, опосредованной компьютерной сетью [2, с. 75–76].

Происходит непрерывное изменение конъюнктуры рынка товаров и услуг, обусловленное становлением и развитием «экономики знаний», где особое место занимают вопросы инновационно ориентированных решений подходов в системе образования. Помимо этого Интернет используется для поиска необходимых сведений: 41,2 % белорусской молодежи рассматривают Сеть как средство дистанционного обучения [1, с. 13]. В свою очередь создается новая форма учебного заведения — виртуальный университет, который функционирует за счет развития информационных технологий. Целью данной статьи является определение роли виртуального университета в функционировании электронной коммерции. В первую очередь виртуальный университет предполагает интерактивное обучение. Интернет-пользователь в качестве покупателя имеет возможность выбрать любой удобный для него график и темп учебного процесса, независимо от его возраста или социального статуса. Виртуальный студент способен обучаться в нескольких университетах одновременно, имеет интерактивный доступ к цифровым библиотекам или мощным поисковым системам, а обучение проходит дома или в тех местах, где есть Интернет. Таким образом, форма интерактивного обучения позволяет не только получать широкую аудиторию в виртуальном университете, но и увеличивать число покупателей на электронном рынке. Кроме того, обучение в виртуальном университете является дешевым и доступным. Для предпринимателей это означает отсутствие необходимости в аренде помещений, найме персонала, материальном оснащении учебного заведения. Студенты получают возможность получать образование в любом удобном для них месте, не отрываясь от производственного процесса. Доступность электронного информационного обмена позволяет повысить эффективность экономической деятельности субъектов путем снижения издержек, уменьшения времени для организации сделок.

Одной из главных проблем, которая встает между студентом, получившим образование в виртуальном университете, и его местом на рынке труда, является готовность работодателей принимать на работу таких выпускников. Полученные дипломы и сертификаты в виртуальных университетах еще не имеют широкого общественного признания.

Становление и развитие виртуальных университетов способствует эффективному функционированию электронной коммерции. Виртуальный университет является выгодной сделкой для студентов и лиц, предлагающих свои услуги. Однако в настоящее время подобные университеты находятся на стадии институционализации, что не позволяет им функционировать максимально эффективно.

Источники

1. Республика Беларусь в зеркале социологии : сб. материалов социол. исслед. / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. — Минск, 2018. — 180 с.

2. Чумаченко, Н.Э. Проблемы развития электронной коммерции / Н.Э. Чумаченко // Информационная безопасность регионов. — 2015. — № 3. — С. 75–79.

С.В. Артёменко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МНОГОМЕРНОГО ШКАЛИРОВАНИЯ В КАЧЕСТВЕ СОВРЕМЕННОГО МЕТОДА ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Для принятия правильного управленческого решения — от изменения цен до расширения ассортимента продукции — необходима определенная информация, упорядочить и подготовить к использованию которую можно с помощью внедрения системы, представляющей собой определенный алгоритм, позволяющий регулярно собирать необходимые для принятия решений данные из различных внешних и внутренних источников и передавать их заинтересованным лицам или пользователям. Для анализа маркетинговой информации используются различные методы, например многомерное шкалирование. Данный метод используется для представления восприятий и предпочтений респондентов в пространстве с помощью наглядного изображения [1]. Он позволяет представить психологические взаимосвязи объектов в виде геометрических связей между точками в многомерном пространстве (пространственные карты) [2].