

Таким образом, можно сделать вывод, что «живые лаборатории» обеспечивают взаимодействие широкого круга лиц, в результате которого создается общий продукт. Данное взаимодействие может решать многие задачи и проблемы в различных сферах. Однако следует отметить, что именно такое многостороннее взаимодействие является наибольшей угрозой для существования и прибыльной деятельности «живых лабораторий».

Список использованных источников:

1. Слонимская М.А. 2016. «Живые лаборатории» как инструментарий открытых инноваций в сетевых структурах // Белорусский экономический журнал. №4. С. 84-98.
2. Schuurman D. 2015. Exploring the value of Living Labs as a means to structure user contribution and manage distributed innovation.
3. Смородинская Н. В. 2013. Инновационная экономика: от иерархий к сетевому укладу//Вестник ИЭ РАН, № 2.
4. Смородинская Н. В. 2014. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста//Инновации № 7 (189). С 27-33.
5. Pieter Ballon (Director Living Labs, iMinds& Professor) Co-creation in action: the Impact of Living Labs (Презентация).
6. Данные сайта ENoLL (<http://openlivinglabs.eu/>) //электронный ресурс.
7. Данные сайта myfin. Краудфандинг в Беларуси: площадки, перспективы, мировой опыт (<https://myfin.by/stati/view/5478-kraudfanding-v-belarusi-ploshhadki-perspektivy-mirovoj-opyt>) // электронный ресурс.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Драгун В.В.

Жилинская Н.Н. – к.э.н., доцент

Под рынком информации понимают механизм, который связывает продавцов и покупателей информации. Данный рынок играет, во многом, определяющую роль в становлении новой рыночной экономики. Рассмотрим функции и структуру информационного рынка, а затем выделим основные тенденции его развития, появляющиеся в связи с распространением Интернет.

Рынок информации включает в себя как рынок информации, так и рынок сопутствующих товаров и рынок услуг. Обычно выделяют первичный, вторичный и третичный рынки информации.

Современный информационный рынок - рынок электронной информации и коммуникации, частью которого является рынок информационных ресурсов и услуг можно разделить на три взаимодействующих области:

- информация собственно рынка информационных услуг ;
- электронные сделки ;
- глобальная электронная коммуникация .

В последнее десятилетие XX в. началась интеграция этих областей в одно целое в рамках Интернет, который превратился в самостоятельную область информационного рынка, роль которого постоянно возрастает. Следовательно, можно сделать вывод, что влияние Интернет на рынок информации очень велико.

На мировом рынке информации и информационных услуг можно выделить следующие основные секторы, которые характерны для всех развитых стран, в том числе и для России, и не зависят от каналов передачи информации:

1. Сектор деловой информации (биржевой, финансовой, коммерческой, экономической, статистической), охватывающий;
2. Сектор информации для специалистов (научно-технической и специальной, а также первоисточники), охватывающий;
3. Сектор массовой и потребительской информации (новости, услуги на основе современных средств глобальной телекоммуникации).

Рассматривая эти секторы как производственный, исследовательский и потребительский можно проследить влияние развития Интернет на тенденции развития рынка информации.

Список использованных источников:

1. Научная статья по специальности "Экономика и экономические науки" из научного журнала "Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана", Панченко В. В. Научная библиотека КиберЛенинка: <http://cyberleninka.ru/article/n/rynok-informatsii-struktura-i-osobennosti#ixzz4cr0EePRr>. Стр.164.

ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИЯ – СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Видеоконференции были частью корпоративной жизни десятилетиями. Это уже основной элемент в залах совещаний руководителей. Сегодня благодаря простой в использовании технологии и доступным вариантам оборудования широкий круг сотрудников, начиная от руководителей до представителей по обслуживанию заказчиков, специалистов по продажам и удаленных работников, открывает для себя широкие возможности общения и совместной работы с помощью видеосвязи.

Видеоконференцсвязь активно преобразует привычные способы нашей работы. Она позволяет сотрудникам работать в дороге и по гибкому графику, исключает потребность не только в офисных совещаниях, но и в дорогостоящих воздушных перелетах. Совместная работа на основе видеотехнологий не только играет роль в улучшении коммуникаций между сотрудниками, но и упрощает критически важные бизнес-процессы, такие как обслуживание клиентов в режиме реального времени, интерактивное обучение и совместное решение проблем.

Возможность ведения бизнеса с использованием видеоконференций является значимым нововведением, коренным образом меняющим бизнес. Важно охарактеризовать их влияние на развитие бизнеса и проанализировать статистику использования видеоконференций.

В процессе исследования было выявлено, что при использовании видеоконференций при переговорах сокращается время на коммуникации и ускоряется подготовка документов, что, в совокупности, уменьшает время разработки на 25%, т.е. более чем на один день в неделю)[1]. Экономия времени на этапе разработки позволяет компании уделить больше внимания другим аспектам, что предполагает расширение возможностей для инноваций. С помощью возможностей видеосвязи можно создать имитацию работы в одном помещении, ввиду чего компания может проводить мозговой штурм с участием специалистов из различных регионов. Использование опыта людей, работающих в различных условиях, непременно приведёт к неожиданным предложениям, что крайне важно для создания инноваций.

Работники на различных должностях по-разному относятся к использованию видеоконференции при ведении переговоров. На рисунке 1 представлен график, в котором в процентном соотношении указывается предпочтение при использовании видеоконференции, проранжированное по должностям.

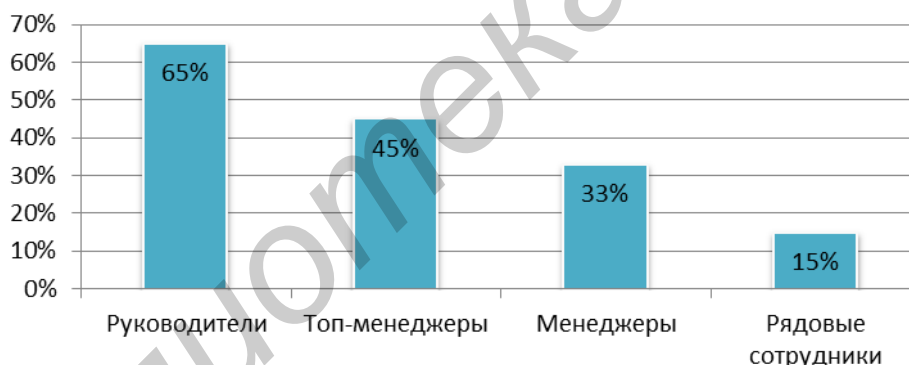


Рис.1 – Указание предпочтения при использовании видеоконференции, проранжированное по должностям

Проведённые исследования показали, что к применению видеоконференций при переговорах наиболее положительно относятся руководители. Из них 65% охарактеризовали видеоконференцсвязь, как очень эффективную технологию. Однако чем ниже была должность человека, тем меньше он оценивал необходимость в её использовании. Видеосвязь считают эффективной лишь 45% топ-менеджеров, 33% менеджеров и 15% рядовых сотрудников [2]. Данная статистика показывает, что, чем опытнее руководитель, тем важнее ему найти решение вопроса при минимальной затрате времени на это.

Видеоконференции расширяют возможности совместной работы во всех отраслях и в компаниях любого размера. Они не только уменьшают или устраняют расходы на командировки, но и открывают новые возможности для развития бизнеса, сокращают сроки вывода продуктов на рынок, повышают производительность и ускоряют внедрение инноваций.

Список использованных источников:

1. CIO and Box, «Новая среда для совместной работы», 2014 г.: http://resources.idgenterprise.com/original/AST-0120112_BoxWPcons0712_FINAL.pdf
2. Steve Vonder Haar, WR Paper: Executive Visions on Video in the Workplace