

Конечно сегодня аддитивные технологии еще значительно уступают традиционным технологиям литья, прессования или резания по производительности, но они стремительно развиваются и, учитывая, что их применение позволяет полностью автоматизировать процесс изготовления от виртуального образа до готового изделия, возможно в скором будущем они займут свое достойное место и в массовом производстве.

УДК 338.984

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИЙ

И.Е. Ругалева, П.В. Драгун

Белорусский национальный технический университет

Оценка важна для определения приоритета и сравнения индивидуальных инновационных проектов друг с другом, чтобы сосредоточиться на наиболее важных темах. Инструмент оценки инноваций помогает определить сильные и слабые стороны инноваций вашей организации. Результаты оценки инноваций покажут эффективность каждого элемента инновационной системы, предоставив практические рекомендации, где и как компании следует сосредоточиться, чтобы максимизировать инновационный успех. Есть много разных критериев оценки. В принципе, это вопрос оценки возможностей и рисков. Идеи и инновации должны иметь максимально возможную пользу (потенциал успеха) а также реализация должна быть осуществимой (осуществимость), что означает высокие шансы внедрения с минимальными рисками и затратами.

К настоящему времени нужно понять, что можно примерно определить, сколько идей требуется, сколько времени это займет и какие ресурсы будут использованы. Не все идеи воплощаются в конечный продукт, поэтому необходимо встраивать в план некоторую дополнительную избыточность, а также накладные расходы, такие как управление и затраты на производство.

Осуществимость представлена следующими критериями:

– Техническая осуществимость. Возможно ли техническое решение? Например, есть ли у вас необходимые навыки и технологии?

– Вход в магазин. Насколько сложно донести продукт до целевой группы? За этим, например, рыночные барьеры, доступные возможности продаж, компетенции продаж и т.д.

– Экономическая целесообразность, в принципе, все и вся, в частности расчет рентабельности.

Для оценки можно применять такие методы, как:

– Proof-of-Concept (PoC): небольшой предпродажный тест в контролируемой среде, который проверяет осуществимость минимально жизнеспособного продукта / решения до тестирования на рынке, ориентированного на потребителя. Обычно внутренняя и непотребительская обложка и срок службы менее трех месяцев.

– Пилотный тест: рыночный, потребительский тест в контролируемой среде, который проверяет осуществимость продукта / решения перед запуском или масштабированием в качестве устойчивого продукта / решения. Обычно длится от трех до шести месяцев.

На основе различных критериев оценки может быть достигнуто значение для каждого из параметров: потенциал успеха и осуществимость, что позволяет вам создать инновационный портфель на XY-диаграмме со всеми текущими идеями и инновационными проектами. Такое портфолио инноваций обеспечивает идеальный обзор всех тем, является отличной основой для обсуждения и принятия решений. Процесс определения значимости обеспечивает глубокое понимание, при использовании групповых процессов и привлечении к оценке как можно больше сотрудников.

Потенциал успеха можно оценить различными методами по следующим критериям:

Синергия, например, с существующими продуктами, желательно без утилизации прибыльных в настоящее время продуктов. Добавленная стоимость для покупателя, выгода для потребителя и привлекательность будущего продукта для покупателя. Привлекательность целевого рынка, например, размер рынка, рост рынка, интенсивность конкуренции. Потенциал дифференциации от конкурсов – уникальное положение над конкурентами и важна

сложная имитация. Потенциал прибыли – это количественные аспекты, которые приносят нам инновации в кошельке.

Таким образом можно сделать вывод, что исследуемые подходы могут использоваться для оценки инновационного потенциала различных любых инновационных проектов, стартапов. В зависимости от области использования будущей инновации, система факторов в составе критериев оценки будет различаться, значима для процедуры оценки и их выражения в единый комплексный показатель. Только комплексно рассмотрев вопрос развития инноваций, с учетом внешних и внутренних факторов, можно построить инновационную систему, положительно влияющую на процессы стабилизации экономики страны и повышения ее конкурентоспособности.

Список использованных источников

1. Designorate.com. – 2020. – URL <https://www.designorate.com/estimating-a-design-project-budget/> (дата обращения: 08.10.2020).
2. Quora. – 2019. – URL <https://www.quora.com/How-much-do-product-design-companies-charge-to-execute-an-idea-and-concept-to-a-real-physical-product-Is-the-payment-done-in-stages> (дата обращения: 08.10.2020).
3. Гоннова, С.М. Информационные ресурсы национальных систем НТИ государств — участников СНГ (обзор) / С.М. Гоннова, В.А. Быков, Е.Ю. Разуваева // Научно-техническая информация. Серия 1, Организация и методика информационной работы. – 2020. – №7. – С. 1–13. – (Общий раздел). – Библиография: 4 назв.

УДК 339

ПРОПАГАНДА В СМИ КАК ЧАСТЬ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Д.А. Русанова

Белорусский национальный технический университет

Для оповещения населения о происходящих в мире событиях, используются средства массовой информации (далее – СМИ). СМИ сочетают в себе все каналы, используемые для передачи определенной информации. Это может быть радио, телевидение, печатные издания, интернет и различные сочетания перечисленных каналов. СМИ может использоваться как инструмент воздействия на потребителей, и, как и другие средства коммуникации, может являться инструментом власти. Посредством манипулирования общественным мнением существует возможность склонить его на более выгодную в данный период времени и под определенные цели сторону. При виде информационной статьи на каком-либо новостном сайте, читатель подсознательно начинает доверять правдивости представленной информации. Пренебрегая лояльностью читателей и достоверностью источников, новостные порталы могут публиковать заведомо ложную информацию в целях внушения ложной информации и введения людей в заблуждение. Частым случаем бывает преподнесение информации только с одной стороны, при этом добавляя субъективную оценку автора. Читатель принимает сторону автора за верную, так как доверяет источнику.

Пропаганда – распространение сведений с целью формирования общественного мнения. Пропагандируя в источниках массовой информации идеалы и ценности, новые и непривычные для общества, население может утратить сформированные годами устои и традиции. Данная деятельность является незаконной и может отрицательно сказываться на эмоциональном развитии и стабильности людей.

Основная часть. Распространено мнение о том, что пропаганда – это плохо. Однако здесь важно уточнение: пропаганду ложной информации, направленной на манипулирование людьми и искажение общественного мнения, пропаганду занятий, не входящих в нормы поведения и морали (например, курение, употребление наркотических средств, преподнесение новостей с одной, единственно выгодной стороны) – нельзя назвать хорошим занятием. Пропаганда здорового образа жизни, правильного питания, саморазвития и общественно полезных занятий воспринимается как нормальное занятие и оценивается положительно. Получа-