

- 1.Официальные данные выставочного организатора Беларуси ЗАО «МинскЭкспо», 2015
- 2.Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов. — М., 1997. - 313 с.

КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИКИ КАК ШАГ К ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ

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

ДайехНадья

Архипова Л.И. – канд. экон. наук, доц.

Общие тенденции развития мировой экономики показывают, что инновации и знания становятся основными факторами конкурентоспособности любого региона. Если верить индексу процветания стран мира Института Legatum, экономика Беларуси по итогам 2015 года занимает 89 место, при этом, в 2013 году страна заняла 114, а в 2014 году – 93 место. Что необходимо экономике Беларуси для того, чтобы активно подниматься по ступенькам экономического развития? Ответ всем известен – инновации.

Сегодня на всех инфраструктурных уровнях инновационного развития много говорится и делается по внедрению инноваций, по экономике будущего, но продвижение вперед результаты слабо ощутимы. Необходимо понимание того, что новая экономика требует от нас трансформации смыслов, приоритетов, мышления, новых бизнес-моделей, а также новых экономических отношений. И эти новые отношения удобнее всего проиллюстрировать на примере кластеров.

Страны, вставшие на путь интенсивного инновационного развития, начали создавать новую модель организации экономики – не отраслевую, а кластерную. По оценке экспертов, к настоящему времени кластеризацией охвачено уже более 50% мировых экономик, что обеспечило им значительный прирост ВВП.

Что же такое кластер? Для многих это просто новомодный термин, однако понятие «кластер» вошло в полноценный оборот уже в 1990-х годов благодаря работам Майкла Портера. Согласно его определению, кластеры — это географическая группа взаимозависимых компаний и ассоциированных с ними институтов в определенной отрасли, которые связаны общими целями и дополняют один другого.

Современная экономика развитых стран устроена по кластерному принципу. Наверное, самым известным кластером является Голливуд: несколько крупных кинопроизводителей окружено невероятным числом средних и малых компаний, оказывающих массу необходимых услуг на этапе сценария, кастинга, съемки, рекламы, проката и так далее.

Основные выгоды кластерной модели развития бизнеса и регионов для участников кластеров таковы:

1. Рост, развитие, производительность и конкурентоспособность. Успехи и неудачи подобных предприятий — учат, стимулируют, обогащают, развивают.
2. Спрос на ресурсы и услуги со стороны участников кластеров стимулирует развитие и доступность услуг инфраструктуры, а географическая близость позволяет экономить на издержках.
3. Прямое сотрудничество с другими участниками кластера, разделение задач позволяет снижать издержки на разработку и внедрение инноваций, закупки, производство, маркетинг, и в итоге увеличивать сбыт.

Стоит глубже разобраться в том, что же мешает более эффективному развитию кластеров в Беларуси. Для начала, необходимо отметить, что это явная неосведомленность субъектов экономики о данной организационной модели. По мнению немецких экспертов, организацией кластеров не должно заниматься государство, а наоборот, сами предприниматели должны заявлять о желании объединиться. Все верно. Однако это немецкий опыт, а не белорусский. Реалии экономики Беларуси таковы, что предприниматели сегодня не демонстрируют потребности и не заявляют о необходимости создания кластеров и участия в их деятельности.

Вопрос – почему так происходит? Чтобы не попасть под какие-либо “санкции”? Отсутствие правовой базы для инновационно-производственной кластерной деятельности? Отсутствие четкого регулирования данного механизма в налоговой системе? Эти вопросы, по-видимому, являются наиболее существенными и сдерживающими факторами развития кластеров в Республике Беларусь.

Если не предпринимать конкретных мер по развитию кластерного подхода, можно оказаться на дне пирамиды Маслоу, где в первую очередь удовлетворяются первичные потребности, а развитие, тем более инновационное, уходит на дальний план. Создание условий для бизнеса (налоговые льготы или каникулы) и обеспечение информационной поддержки данного направления, должно способствовать развитию кластеров с участием малого и среднего бизнеса. Кластерные структуры должны также повысить конкурентоспособность крупных государственных предприятий, и вывести друг друга из застоя в кризисный период. К тому же - это послужит отличным примером для частных предпринимателей. Что же касается стимуляции кластеризации в стране, то приятным бонусом для предпринимательских структур послужили бы условия, схожие с СЭЗ.

Список использованных источников:

1. Жданова Т.О. Кластеры, новые экономические отношения и бренды городов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://pekar.in.ua/Clusters.htm>
2. Что мешает развитию кластеров в Беларуси? [Электронный ресурс] / Режим

доступа: <http://ced.by/ru/news/~shownews/czto-meszaet-razvitiu-klasterov-v-belarusi>

3. 2015 GlobalRankings [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.prosperity.com/#!/ranking>

4. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития [Электронный ресурс]/Режим доступа: http://www.subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_168.html

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В ВЫСТАВОЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

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

Побережнюк А. В.

Пархименко В. А. – канд. экон. наук, доц.

Дополненная реальность — смешение виртуальной реальности и жизни. В дополненной реальности пользователи могут взаимодействовать с виртуальным содержимым в реальном мире и способны отличать один от другого. Виртуальный же мир должен быть разработан таким образом, чтобы пользователю было трудно отличить, что реально, а что нет, это обычно достигается за счет ношения шлема виртуальной реальности или очков, таких как Oculus Rift.

Музеи, выставки и галереи уже давно используют технологию дополненной реальности. Среди пионеров был медиа-художник Уго Баррозо, продемонстрировавший интерактивные произведения искусства на выставке Прет-а-Порте (2005) в Мехико. Посетители-дети надевали носимые электронные метки и смотрелись в двухстороннее зеркало, которое отображало их в необычных костюмах, доспехах и аксессуарах, в зависимости от того, какие метки они носили. В 2009 году лондонский музей Виктории и Альберта (V&A) создал проект с использованием технологии распознавания лиц. Посетители сидели перед веб-камерой и одновременно видели уникальную маску на своем лице, которая динамически собиралась из барочных картин коллекции музея. Музеем естественной истории в Лондоне было разработано приложение для планшетов, населявшее Студию Аттенборо рыбами, птицами, динозаврами и другими животными во время показа интерактивного фильма об эволюции. Третьяковская галерея совместно с компанией Nokia в 2013 году создали образовательную программу, посвященную абстрактному искусству, в рамках которой запустили специальное приложение, которое преобразовало «Черный квадрат» в авторские интерпретации от десяти современных художников. Для этого достаточно было посмотреть на картину через объектив смартфона Nokia Lumia, предварительно скачав приложение «Lumia Черный Квадрат».

Существуют различные типы внедрения виртуальной реальности в выставочную деятельность, которые могут быть сгруппированы в четыре категории:

1. Туры, квесты и экскурсии внутри и на открытом воздухе
2. Иллюстративное посредничество для лучшего понимания материала
3. Медиаискусство
4. Виртуальные выставки

Медиаискусство и виртуальные выставки это скорее новая форма экспозиции, в то время как туры и иллюстративное посредничество подходят для целей маркетинга и являются, в зависимости от содержания, дополнительным продуктом или средством продвижения. Большинство музейных приложений — это медиатуры. Некоторые из них ориентируются на городское пространство, например, архивные фотографии из фондов музеев показываются пользователю, в непосредственной близости от соответствующего объекта. Приложения для использования внутри музеев могут провести посетителя по определенному тематическому маршруту. Иллюстративное посредничество может принимать разные формы, например, первое приложение Британского Музея было квестом, комбинацией распечатанной карты коллекции и смартфона, которые использовали для сканированию QR-меток и изучения 3D моделей объектов выставки. В конце квеста посетители проходили тест на компьютере. Кроме того, смартфоны и планшеты могут быть использованы для воспроизведения ауди- и видеоматериала, творческих заданий (рисунков, моделирования), тестов, создания фото- и видеоотчетов.

Смартфоны и планшеты сейчас одни из самых распространенных элементов дополненной реальности, однако, носимые гаджеты уже стали нормой, и скоро музеи и галереи будут привлекать посетителей по-новому, например, возможностью примерить Google Glass в выставочном пространстве, чтобы увидеть его иначе.

Список использованных источников:

1. Museum-id [Электронный ресурс]. - Британский музей — Дополненная реальность: что скрывается за громкой рекламой - Режим доступа: <http://www.museum-id.com/idea-detail.asp?id=336> (дата обращения: 22.03.2016)
2. OneTile [Электронный ресурс]. - «Видит больше, чем твои глаза» — образовательный проект Третьяковской галереи и компании Nokia — Режим доступа: <http://onetile.ru/vidit-bolshe-chem-tvoi-glaza-obrazovatelnyj-proekt-tretyakovskoj-galerei-i-kompanii-nokia/> (дата обращения: 22.03.2016)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ НА СОДЕРЖАНИЕ ПЕРСОНАЛА

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники