

онлайн-трансляции лучших концертов, делать покупки в магазине, а также получать дополнительную информацию и новости.

• Boomstarter — краудфандинговая платформа для привлечения финансирования в творческие, технические и другого рода проекты, имеющие конечную цель. Boomstarter привлекает финансирование для разнообразных проектов, таких как создание фильмов, технологий, музыки, видеоигр, изданий и т. д. Если проект не привлекает требующуюся сумму денег, то все собранные средства моментально возвращаются спонсорам и др.

Список использованных источников:

1. А.А.Юрченко – Краудфандинг – новый способ финансирования.
2. А.В.Соколов – Особенности возникновения политического краудфандинга в российской политической практике.
3. А.М.Гончарова – Краудфандинг как инновационный финансовый инструмент реализации стратегии устойчивого социально-экономического развития региона.

## «ЖИВЫЕ ЛАБОРАТОРИИ»: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

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

Лескова А.Ю.

Жилинская Н.Н. – к.т.н., доцент

В XXI веке мир переходит к новому, сетевому укладу, основанному на динамичных горизонтальных взаимодействиях. Под сетевым укладом подразумевается новый уклад жизни, когда в основу организации экономики и общества ложатся сетевые потоки, сетевые структуры и сетевые взаимодействия.

Это происходит за счет совокупного влияния трех факторов (и адаптации к ним):

1. Глобализация;
2. 5-я научно-техническая революция;
3. 3-я (после появления языка, а затем письменности) революция в социальных коммуникациях, связанная с распространением интернет-технологий.

Также существует взаимосвязь инновационного роста с сетевым укладом, которая прослеживается через эволюцию самого способа создания инноваций (рис). С повсеместным распространением Информационно-коммуникационных технологий и все большей ориентацией производителей на индивидуальные запросы и прямые взаимодействия с клиентами инновации становятся интерактивными, а экономика черпает новые источники роста на уровне самых разных групп социума, в масштабах общества в целом. Эту тенденцию улавливает последняя модель инноваций, когда они создаются совместно участниками различных сетевых сообществ, вступающих в отношения коллаборации (высшей, интерактивной формы кооперации) и формирующих определенную экосистему – сетевые коллаборативные инновации.



Все вышеназванные процессы обусловили появление и распространение феномена «живых лабораторий». «Живая лаборатория» определяется как ориентированная на потребителя открытая экосистема, основанная на совместном творчестве, интегрирующая научные исследования и инновационные процессы в условия реальной жизни. В центр инноваций помещен человек, что позволяет ему активно использовать возможности, предоставляемые новыми концепциями и решениями в сфере информационно-коммуникационных технологий, для удовлетворения его специфических потребностей и ожиданий с учетом новых условий, культурных особенностей и культурного потенциала.

**Необходимость:** В условиях глобализации рынков, сокращения жизненных циклов продукции и роста требовательности со стороны потребителей SCM (Supply Chain Management – концепция управления цепью поставок) становится все более и более актуальной, поскольку данная концепция основана на предпосылке, согласно которой единственным субъектом, вкладывающим деньги в цепь поставок, является потребитель. Следовательно, цепь поставок должна проектироваться с учетом максимального удовлетворения запросов своего конечного потребителя.

**Возможность:** Мир стремительно меняется, и на смену привычной «экспертной» экономике приходит краудэкономика - экономика, лишенная поисковых запросов и посредников. Краудфандинг – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций. Следует отметить, что с каждым годом краудфандинг становится все популярнее, о чем свидетельствуют следующие данные: По итогам

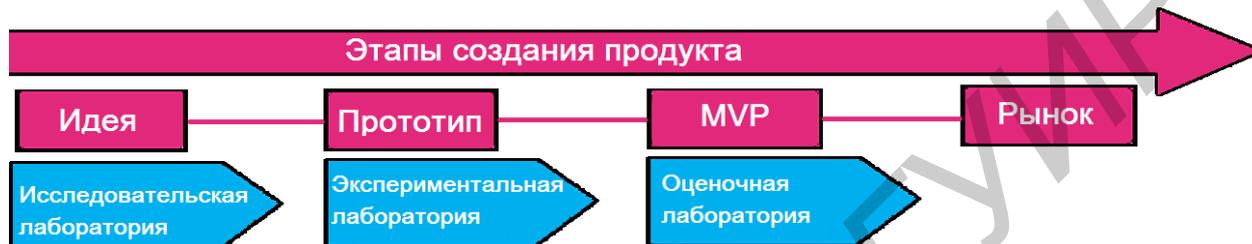
2014 года объем мирового рынка краудфандинга составил \$16 млрд, а по итогам 2015 года он превысит \$34 млрд.

Характерными чертами «живых лабораторий» являются:

1. Совместное творчество является ключевой характеристикой «живых лабораторий» и подразумевает совместную работу прежде всего потребителей и производителей в интерактивном ключе.

2. Активное участие потребителей: Потребитель становится все более требовательным, поскольку он может выбирать поставщиков товаров и услуг по всему миру, основываясь на своей осведомленности о существующих на рынке предложениях. Такое поведение потребителя обусловлено широким кругом возможностей, которые ему предоставляет сеть Интернет, где он может сравнивать различные показатели различных производителей. Более того, потребитель имеет возможность сообщать о своих потребностях и участвовать в инновационной деятельности посредством сети Интернет.

3. Осуществление инновационной деятельности в условиях реальной жизни: Подразумевает создание инновационной среды, состоящей из идей, технологий, социальных взаимодействий и культуры. Также именно здесь имеют место этапы создания продукта, воздействие на которого происходит из реальной жизни, что приводит к его развитию и модификациям.



4. Многостороннее сотрудничество: Формируется государственно-частно-общественное партнерство, которое включает предприятия, исследовательские организации, местные органы управления и потребителей, где они выполняют различные функции и играют разные роли.

5. Многопрофильный подход использует следующие методы при создании инноваций:

а. Комьюнити-менеджмент: Одним из наиболее действенных способов привлечения новой аудитории стало создание и ведение тематической группы, где ведущую роль играет комьюнити-менеджер — специалист по общению и удержанию интереса главной аудитории.

б. Исследование поведения потребителя — это маркетинговое исследование, направленное на изучение позиционирования и продвижения компании, а также ее продуктов на рынке.

в. Создание прототипа и испытательные мероприятия: Прототип — есть прообраз продукта, его абстрактное представление. Прототип подвергается испытательным мероприятиям, по результатам которых он модифицируется и улучшается.

г. Бизнес-поддержка инноваций создает платформу для создания, развития и реализации инновации.

е. European Network of Living Labs. Данная сеть включает более 170 участников, которые находятся в 22 странах Европы, а также в Бразилии, Колумбии, Перу, Парагвае, США и т.д. Как самостоятельно, так и через своих членов она поддерживает совместное творчество, вовлечение потребителей, проведение экспериментов и тестирование инноваций в различных сферах, таких как энергетика, СМИ, охрана здоровья и т.д. Сеть же является платформой по обмену практическим опытом, обучения и развития международных проектов в сфере организации «живых лабораторий».

Пример «живой лаборатории»:

Imes является ведущим мировым научно-инновационным центром в области наноэлектроники и цифровых технологий. Используя свою инфраструктуру мирового класса, локальную и глобальную экосистему партнеров во множестве отраслей, они создают новаторские инновации в различных областях.

Как надежный партнер для компаний, стартапов и университетов Imes объединяет около 3500 блестящих умов из более чем 70 национальностей. Штаб-квартира Imes расположена в Левене, Бельгия, а также распространяет исследовательские группы в ряде университетов. В 2015 году доход компании Imes составил 415 миллионов евро.

«Живые лаборатории» в РБ:

До рассмотрения «живых лабораторий» в РБ хотелось бы отметить некоторые их несовершенства:

На основе анализа (проведенного в одном из используемых мною источников) всех «живых лабораторий», упомянутых на веб-сайте ENoLL, было обнаружено, что, по крайней мере 40% неактивны. Позже было выяснено, что отсутствие финансирования или заинтересованности со стороны участников были основными причинами прекращения деятельности «живых лабораторий».

Хотя «живые лаборатории» на данный момент не получили широкого распространения в Беларуси, но, как показывает исследовательская работа, они могут стимулировать взаимодействие научного сектора, образования, государственной власти, бизнеса и потребителей. Такое взаимодействие может привести к развитию по следующим направлениям:

1. Тестирование и совершенствование новых разработок отечественных производителей;

2. Содействие росту внутреннего спроса на отечественные ИТ-разработки;

3. Разработка и реализация инновационного развития территорий на основе сетевого взаимодействия участников инновационного процесса.

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