

программное обеспечение стоит огромных ежегодных вливаний средств, для наиболее точного соответствия документации стандартам России и международным в том числе[3].

При стремительном росте информационной составляющей инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, развитие последней окажется еще более эффективным, что в последующем увеличит уровень благополучия страны в целом.

При изучении данного вопроса, было выяснено, что уже существуют подобные веб ресурсы, например, «Международная биржа коммерциализации инноваций(IECI)». Но сразу поясню, что эти ресурсы относятся исключительно к частным лицам, и защищенность проходящей через него информации остается под вопросом [4]. Желательно появление унифицированного государственного ресурса, который обеспечил бы контроль над общим потоком изобретений, который при стремительном росте информационной составляющей инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, развитие последней окажется еще более эффективным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суворинов А. В., Основные результаты, проблемные вопросы развития в России национальной инновационной системы.– Инновации.-2007.-№ 4. - С.25.
2. Стратегия развития науки и инноваций в РФ до 2015года. - М. 2006.-123 с.
3. Минчева Е. Чудотворцы по расчету. //Коммерсант. Деньги. -2006.- №12.- С.65.
4. Международная биржа коммерциализации инноваций [Электронный ресурс] //Международная биржа коммерциализации инноваций: 2014. URL: <http://www.ieci.ru/>. (Дата обращения 29.03.2014).

3D-ПРИНТЕР КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

*И.Р. Уразбаева, Ю.А. Наклёвкина
(г.Томск, Томский политехнический университет)*

3D-PRINTER : NEW TECHNOLOGY

*I.R.Urazbaeva, Y.A.Naklyovkina
(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

This theme is the development of a new technology called 3D printer. Products - " 3D printer" can literally print out your clothes.

Двадцать первый век – век информационных технологий и «войн». Всё большее внимание в наше время уделяется разработкам новых технологий и инновационных открытий. Инновации имеют большую значимость, как в нашей стране, так и во всём мире. Именно инновации являются реальным двигателем процесса. Управление инновационной деятельностью может быть успешным при условии длительного изучения инноваций, что необходимо для их отбора и использования. Прежде всего, необходимо различать инновации и несущественные видоизменения в продуктах и технологических процессах (например, эстетические изменения, то есть цвет и т.п.); незначительные технические или внешние изменения в продуктах, оставляющие неизменными конструктивное исполнение и не оказывающие достаточно заметного влияния на параметры, свойства, стоимость изделия, а также входящих в него материалов и компонентов; расширение номенклатуры продукции за счет освоения производства не выпускавшихся прежде на данном предприятии, но уже

известных на рынке продуктов, с целью удовлетворения текущего спроса и увеличения доходов предприятия.

Инновации стали промышленной религией 20 века. Для бизнесмена они являются основным средством повышения прибылей, ключом к новым рынкам сбыта. Правительства делают ставку на инновации, когда пытаются преодолеть экономический кризис. Приоритеты инновационного развития давно заменили популярную в послевоенные годы концепцию «благополучной экономики».

Однако до сих пор так и не было сформулировано четкое определение инновации, не было придумано единой системы оценки инноваций. Обычно под инновацией понимают создание новой улучшенной продукции или производственного процесса. С другой стороны инновацией является и использование более дешевого сырья для производства уже известного товара, изменение маркетинговой политики, выход на новые рынки или новый уровень сервиса.

Инновацией данного проекта служит создание совершенно новой продукции и внедрение её на рынок. Для его реализации необходимы вложение инвестиций, открытие предприятия, занимающегося разработкой и производством данного вида продукции.

В будущем крупным корпорациям и независимым дизайнерам не придётся больше продавать свою одежду в «реальных» магазинах. Уже сегодня бизнес всё активнее переходит on-line, и процесс этот необратим. Вместе с торговыми центрами уйдет в небытие арендная плата и траты, связанные с импортом товара. Более того, лет через тридцать ребята из Nike и даже Victoria's Secret совсем расслабятся: люди начнут покупать даже не готовую одежду, а полуфабрикат, который сами же будут доводить до ума с помощью техники.

К 2015 году изобретение просто обречено поселиться в каждом доме. Процесс эксплуатации будет выглядеть следующим образом: потребитель покупает специальный картридж, куда производитель одежды уже упаковал ткань, застёжки и прочую фурнитуру, которая понадобится для создания готовой вещи. Когда у клиента возникнет нужда обновить гардероб, он зайдёт на сайт любимого бренда или независимого дизайнера, картридж которого приобрел заранее, выберет симпатичный ему дизайн из последней коллекции и нажмёт кнопку «распечатать». Пройдёт совсем немного времени, и его домашний принтер сообщит одно из специальных изданий [1], - «выплюнет» готовую футболку, платье или новенькие джинсы.

Постепенно захватывая новые области, 3D-принтеры становятся более доступными для обыкновенных пользователей (достаточно вспомнить ручку 3Doodler). Возможно, концепт данного принтера для печати одежды, который на данный момент больше напоминает выдумку из книги по научной фантастике, через несколько лет станет коммерческим продуктом. Устройство обладает сенсорным экраном и крепится на стену. Принтер будет работать с большинством магазинов одежды, поэтому пользователю нужно будет выбрать что-нибудь из ассортимента магазина и подождать пока устройство распечатает одежду. Более того, в принтере предусмотрена возможность выбора типа ткани для печати.

Если одежда надоест, принтер сможет переработать ее на исходный материал. Концепт принтера для печати одежды был придуман дизайнером по имени Джош Хэррис (Josh Harris) и воплотится в жизнь, по его мнению, где-то в 2050 году, но мы надеемся, что это случится намного раньше [1]. Также принтер решит вопрос эффективной утилизации ненужной больше одежды. Хозяин сможет «скормить» её девайсу, а тот обработает ткань и запаяет её обратно в картридж.

Такой принтер не займёт большого пространства квартиры или комнаты. Его габариты (длина, ширина, высота) составляют по полтора метра соответственно.

Первоначальная цена такого принтера предположительно будет составлять 100 - 150 тысяч рублей.

Для такой инновации, как 3D-seamstress, необходимо найти требуемое помещение, для открытия предприятия и создания открытого акционерного общества. Помещение площадью приблизительно тысяча квадратных метров, высотой пять метров, неподалеку от жилой местности. Это помещение обойдется предпринимателю в восемь с половиной миллионов рублей. Длительность реализации данного проекта составляет 79 рабочих дней. Приблизительная окупаемость составляет 7-8 лет.

Разработка и распространение инновации в современном мире является приоритетным направлением стратегии коммерческого предприятия, так как точно определяет все направления его развития. В настоящее время, решающим условием успешной деятельности коммерческого предприятия является его способность активно разрабатывать новые конкурентоспособные изделия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Основы организационного дизайна // Библиотека учебной и научной литературы sbiblio.com [Электронный ресурс]. – URL: // http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/mincberg_struktura/00.aspx

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ И ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА

Е.К Изотенок

(г.Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION RESOURCES AND TECHNOLOGIES IN THE CORPORATE CULTURE UNIVERSITY

E.K. Izotenor

(c. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The control system of the university's corporate culture is a set of object management (University) and the subject of management (management staff). Both components of the system are connected and direct feedback. Direct connection is expressed directive flow of information sent from the administration to the object management. Feedback is a stream of reporting information on the implementation of decisions, going in the opposite direction.

Система управления корпоративной культурой вуза представляет собой совокупность объекта управления (университета) и субъекта управления (управленческого аппарата) (рисунок 1). [1,3] Управленческий аппарат объединяет сотрудников, формулирующих цели, разрабатывающих планы, устанавливающих требования к принимаемым решениям, а также контролирующих их выполнение. В задачу объекта управления входит выполнение планов, разработанных управленческим аппаратом, т.е. реализация той деятельности, для которой создавалась система управления.