

ется, что пропаганда – это не плохо. Для того, чтобы понимать, пропаганда – это хорошо или плохо, привела сравнительную таблицу достоинств и недостатков пропаганды.

Таблица 1 – Сравнение достоинств и недостатков пропаганды

Достоинства	Недостатки
В большинстве случаев дает достоверную информацию, важную для общества	Нерегулярность
Воспринимается более объективно («Взгляд со стороны»)	Акцентирование внимания прессы на второстепенные и незначительные вещи с целью отвлечения внимания
Широкий охват потенциальных потребителей	Отсутствие гарантий формирования положительного результата
По умолчанию пользуется доверием у людей	Относительно высокая стоимость
Беспричастный источник информации, пользующийся доверием масс	
Постоянное напоминание об истинно важных и правильных устоях поведения для населения	
Хорошо влияет на группы потребителей, не воспринимающих прямую рекламу	
Качественный пропагандистский материал повышает рейтинг СМИ	

Исходя из таблицы видно, что достоинств у пропаганды как части комплекса маркетинговых значительнее больше. Пропаганда по своей сути имеет воздействие на эмоции и разум людей. Следовательно, пропаганда может быть, как позитивной, так и негативной (также называемая конструктивной и деструктивной пропаганда).

СМИ зачастую использует пропаганду не как метод добросовестной рекламы, а как способ привлечения людей на выгодную сторону и внушение интересов, не всегда правильных. В этом и заключается основная проблема использования пропаганды в СМИ. Чтобы использовать пропаганду рационально и достигать необходимого эффекта, нужно соблюдать ряд правил:

- 1) не злоупотреблять властью и возможностью контролировать настроение масс, чтобы избежать негативной реакции населения;
- 2) необходимо проверять информацию, используемую в пропаганде на предмет ее достоверности;
- 3) пропагандировать правильные и общественно-важные ценности, не уводя внимание масс на второстепенные информационные поводы, давать информацию конкретно по интересующей теме без использования «кликбейтов» для привлечения внимания.

Таким образом, пропаганда в качестве комплекса маркетинговых коммуникаций является сильным и активно используемым инструментом на рынке. Если с помощью данного метода освещать действительно важные вопросы и внедрять положительные установки – пропаганда будет ассоциироваться с хорошим и качественным инструментом пиара и формировать общественное мнение без негативных реакций.

УДК 658.3

ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, СПОСОБЫ, РЕКОМЕНДАЦИИ

Я.В. Рябцева, В.А. Кудрявцев

Белорусский национальный технический университет

Знание того, как и когда назначать задачи нужным людям, является ценным навыком. Эффективный менеджер может делегировать полномочия членам команды и следить за их выполнением, чтобы они выполняли каждую задачу должным образом.

Делегирование полномочий – это процесс передачи ответственности за выполнение задачи другому сотруднику. Как менеджер, вы обычно можете передать ответственность любому из ваших непосредственных членов команды. Этот сотрудник может затем решить делегировать некоторые из этих обязанностей между членами своей команды, если это необходимо.

Цель делегирования полномочий заключается в обеспечении продуктивного и хорошо функционирующего рабочего места. При разумном подходе этот процесс может принести пользу вам, вашим сотрудникам и бизнесу в целом. А именно:

1. Увеличение производительности. Это позволяет сотрудникам выполнять работу быстрее, поскольку задачи распределяются между группой людей, т.е. не один человек, выполняет все необходимые шаги.

2. Непрерывность. Если вы заняты другими задачами или отсутствуете на работе, другие сотрудники могут выполнить некоторые или все ваши обязанности, чтобы обеспечить постоянную производительность.

3. Развитие сотрудников. Когда вы делегируете задачи участникам своей команды, сотрудники получают возможность улучшить свои навыки и продемонстрировать свои способности в определенной области.

4. Мотивация сотрудников. Сотрудники могут быть склонны к выполнению своих обязанностей на должном уровне, когда им доверяют новые обязанности.

5. Возможности карьерного роста. Делегирование задач сотрудникам более низкого уровня обеспечивает их опытом и навыками, необходимыми для потенциального продвижения по службе в организации.

Существует несколько способов передачи обязанностей сотрудникам в зависимости от потребностей вашего рабочего места:

1. Отделы. Вы можете делегировать надзор за конкретным отделом другому сотруднику. Например, если вы генеральный директор, вы можете делегировать полномочия по всему отделу маркетинга директору по маркетингу.

2. Проекты. Вы можете назначить сотрудника или группу сотрудников для выполнения конкретного проекта от начала до конца. В отделе маркетинга директор по маркетингу может поручить рекламную кампанию менеджеру проекта.

3. Принятие решений. Вы можете дать одному из своих сотрудников право принимать определенные решения, чтобы вы могли сосредоточиться на другой работе. Например, будучи директором, вы можете делегировать полномочия помощнику директора нанимать сотрудников для отдела.

4. Анализ. Когда вам понадобится дополнительная информация, вы можете попросить сотрудников провести детальное исследование по этой теме.

5. Административный процесс. Вы также можете делегировать административные задачи, такие как ввод данных другим сотрудникам. Например, будучи менеджером по маркетингу, вы можете назначить коммуникацию с клиентами помощнику по маркетингу.

В любой из этих категорий делегирование полномочий может быть временным или постоянным. Для эффективного делегирования полномочий можно следовать данным рекомендациям:

1. Назначайте задачи, примерно оценивая возможности сотрудников. Выберите сотрудника с опытом, необходимым для выполнения задачи, которая будет назначена, чтобы согласовать объем работы.

2. Установите четкие ожидания. Сообщайте об обязанностях, которые вы назначаете сотрудникам, подробно описывайте свои ожидания и устанавливайте крайние сроки для любых срочных задач. Прояснение ожиданий в самом начале дает им руководство, необходимое для того, чтобы начать работу сразу и завершить ее правильно и эффективно.

3. Регулярно контролируйте прогресс. Периодически запрашивайте обновления у своих сотрудников, чтобы отслеживать ход выполнения каждой делегированной задачи. Вы можете запланировать регулярные встречи со своими сотрудниками, чтобы получать дополнительную информацию о ходе работы. Это позволяет вам оставаться доступным в случае возникновения вопросов или проблем.

Список использованных источников

1. В помощь начинающему руководителю: как начать делегировать полномочия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tproger.ru/blogs/delegation-of-authority/>. – Дата доступа: 20.10.2000.
2. Делегирование полномочий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcoll.ru/1999-delegirovat-polnomochiya/>. – Дата доступа: 20.10.2000.
3. Основные принципы делегирования – опыт и советы руководителей российских ИТ-компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/7043-how-to-delegate>. – Дата доступа: 20.10.2000.
4. Построение организации и делегирование полномочий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/908866/>. – Дата доступа: 20.10.2000.
5. Самоменеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook648/01/part-008.htm>. – Дата доступа: 20.10.2000.

УКД 662.668

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ВАРЬИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ПРИ 3D-ПЕЧАТИ PLA ПЛАСТИКОМ НА ПРОЧНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЗДЕЛИЙ

А.А. Савченя

Белорусский национальный технический университет

Основными проблемами современного машиностроения является повышение надежности и долговечности деталей и узлов механизмов, наряду с постоянным снижением металлоемкости конструкций. Одним из перспективных вариантов замены, является использование в конструкциях узлов пластиков, в частности, полимолочной кислоты (PLA).

Однако, не смотря на широкое распространение 3D-печати PLA пластиком, в открытом доступе практически отсутствуют данные о механических характеристиках изготавливаемых изделий. Поэтому, исследование режимов 3D-печати PLA пластиком, влияющих на механические характеристики изделий представляет серьезный научный интерес.

Для установления механических характеристик изделия с различными технологическими параметрами, их необходимо подвергнуть серии испытаний, среди основных – испытания на разрыв. Испытания образца необходимы для установления прочности, что является особо важным параметром при дальнейшем его использовании. Данные испытания были проведены на гидравлической разрывной машине с измерительным программным комплексом в комплекте Kason WAW-300, где образец подвергался растягивающим усилиям до разрушения. Прибор, установленный на машине, определяет масштаб растяжения в виде диаграммы.

Определение прочности образца при растяжении проводится согласно ГОСТ 11262, а определение модуля упругости – ГОСТ 9550-81. Спроектированная 3D-модель в программе SOLIDWORK и напечатанная на 3D-принтере, соответствует типу и размерам, указанным в ГОСТ.

В работе было использовано четыре типа формы заполнения: треугольный, сотовый, линия и печать на ребре. Был подобран оптимальный процент заполнения, он определяет какое количество пластика будет находиться внутри образца, выбор был остановлен на 20% [1].

Испытания на растяжение были проведены при температуре $23 \pm 2^\circ\text{C}$ в соответствии с ГОСТ 11262-80 и ГОСТ 9550-81. Перед испытаниями замеры ширины и толщины образцов в рабочей части с точностью до 0,01 мм в трех местах и вычислили площадь поперечного сечения.

Образцы были закреплены в зажимы испытательной машины по меткам, определяющим положение кромок зажимов, таким образом, чтобы продольные оси зажимов и ось образца совпадали между собой и с направлением движения подвижного зажима. Зажимы затягивались равномерно, чтобы не было проскальзывания образца в процессе испытания, но при этом не происходило его разрушение в месте закрепления. Затем образцы нагружались возрастающей нагрузкой, скорости раздвижения зажимов составила 5 мм/мин при определении прочности и относительного остаточного удлинения. В момент разрушения фиксировалось усилие. Печать образцов проводилась при постоянной температуре сопла – 215°C и нагревательного столика – 55°C [2]. Скорость печати – 60 мм/с. По результатам испытаний были получены следующие данные: