

Педагогические ВЕСТИ

№ 21–23 (2579/2581),
СЕНТЯБРЬ–ОКТЯБРЬ 2009

Издается с 6 ноября 1927 года.
Газета Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена

ПОБЕДНЫЙ НАНОМАРКЕТИНГ



Разразившийся финансовый кризис заставил компании с удвоенным вниманием относиться к деятельности специалистов по рынкам. В очередной раз стало ясно: от компетентности маркетологов во многом зависят шансы предприятий на выживание, отсюда – спрос на профессионалов, умеющих мыслить нестандартно. Приятно осознавать, что в конкурсе по поддержке молодых талантов в сфере изучения рынков победу одержал студент-герценовец.

Впервые проводившийся в 2008 году конкурс на лучшие дипломные работы был задуман организаторами – Молодежным центром по изучению финансовых операций – как презентация студенческого видения наиболее актуальных для российского рынка вопросов. Основными задачами конкурса были обозначены популяризация и продвижение идеологии фондового рынка в молодежной среде, повышение уровня профессиональной подготовки студентов старших курсов и выпускников вузов, поддержка научно-исследовательской деятельности по финансовым дисциплинам в вузах и сокращение дистанции между выпускниками и потенциальными работодателями.

Предложенные участникам конкурса темы носили сугубо практический, даже злободневный характер и касались проблем

современного рынка ценных бумаг и финансовой сферы России. В роли инициаторов их обсуждения и партнеров всероссийского конкурса выступил целый ряд профессиональных участников рынка, саморегулируемых организаций и иных структур. В качестве примера можно упомянуть такие солидные, как Российский биржевой союз, Национальная ассоциация участников фондового рынка, Федеральная служба по финансовым рынкам, Московская межбанковская валютная биржа, крупные инвестиционные компании и госкорпорации.

Одним из партнеров конкурса, ИК «Русские финансовые традиции», была предложена тема, обсуждение которой, кажется, было одним из самых горячих в уходящем году. За рассмотрение нанотехнологий с позиций маркетинга взялся студент 5 курса факультета экономики Александр

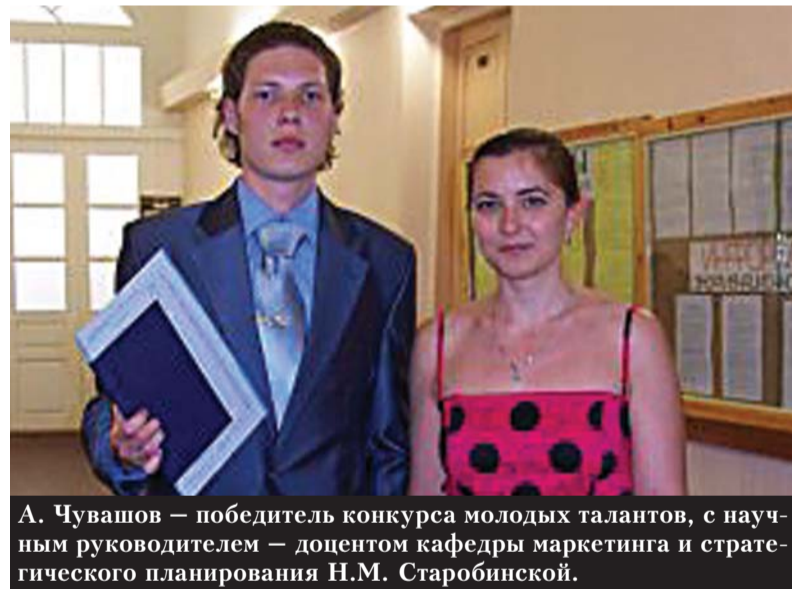
Чувашев. Научным руководителем работы «Перспективы российского рынка нанотехнологий» выступила кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и стратегического планирования Н.М. Старобинская. Она же курировала еще одну работу, участвовавшую в конкурсной программе от РГПУ им. А.И. Герцена: студентка 4 курса факультета экономики Дарья Бончукова представила тему «Тенденции развития и особенности корпоративного управления в России».

По итогам конкурса, проводившегося на протяжении полугода, работа А. Чувашева вошла в число 20 победителей. Надо отметить, что борьба за призовые места выдалась напряженной – всего на конкурс были поданы 102 работы из 16 вузов России. Студенческие творения прошли двухступенчатый отбор: после рассмотрения в оргкомитете конкурса лучшие из них были отправлены на экспертизу в компании-партнеры. Именно за ними – специалистами-практиками – по справедливости осталось последнее слово при выборе победителей.

Скрупулезная разработка темы, актуальность которой пока не обеспечила достаточного внимания к ее рассмотрению в разрезе маркетинга, принесла Александру заслуженную победу. Нанотехнология сегодня – это технология общего назначения, то есть применимая во всех сферах производства, как когда-то железо, паровая машина и электричество. Повышенное внимание к ней на самом высоком государственном уровне легко объяснимо: использование нанотехнологий обещает

любой страны отраслям народного хозяйства, как медицина, информационные технологии, экология и энергетика. При переходе к нанометровому диапазону, то есть к объектам с характерными длинами около 10 нм, многие важнейшие свойства веществ и материалов (электропроводность, коэффициент оптического преломления, магнитные свойства, прочность, термостойкость и т.п.) изменяются

уже окружены продуктами, усовершенствованными с помощью нанотехнологий – это жесткие диски компьютеров или солнечные очки с защитой от ультрафиолета. По данным госкорпорации «Нанотех», в 2007 году – начале эры поддержки нанотехнологий в России – эксперты оценили объем мирового рынка наноиндустрии в 700 млрд долларов. Ожидается, что к 2014 году он увеличится как минимум в три



А. Чувашов – победитель конкурса молодых талантов, с научным руководителем – доцентом кафедры маркетинга и стратегического планирования Н.М. Старобинской.

существенным образом. На основе материалов с новыми свойствами уже сейчас создаются новые типы лекарств, солнечных батарей, преобразователей энергии, экологически безопасных продуктов. Именно производство дешевых энергосберегающих и экологичес-

раза. На сегодняшний день объем инвестиций в данную отрасль науки вывел ее на первое место в мире по этому показателю, поэтому серьезные маркетинговые исследования как никогда востребованы для рентабельного инвестирования в производство товаров с применением нанотехнологий и их доставки до потребителя. Это обстоятельство, безусловно, стало одной из причин, привлечших внимание к работе герценовца, в которой актуальность темы была поддержана глубоким и всесторонним ее рассмотрением.

В заключение добавим, что автор работы сейчас является участником международной аспирантской программы в Высшей школе бизнеса регионального университета г. Будо (Норвегия), где занимается исследованиями по сходной проблематике.

Наталья БЕЛЯКОВА,
начальник отдела маркетинга
планово-финансового управления,
ассистент кафедры маркетинга и
стратегического планирования

ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ

Нанотехнологии произведут такую же революцию в манипулировании материей, какую произвели компьютеры в манипулировании информацией.

радикальное преобразование как промышленности и науки, так и человеческой жизни в целом. По мнению экспертов, нанотехнологии произведут такую же революцию в манипулировании материей, какую произвели компьютеры в манипулировании информацией.

Первыми преимуществами совершающегося на наших глазах научно-технического прорыва оценили в таких приоритетных для

ки безопасных материалов станет наиболее важным последствием внедрения нанотехнологий.

Следует отметить, что на данный момент нанотехнологии улучшают продукцию на уже сложившихся рынках для придания им большей конкурентоспособности. Нанопродукты не замещают традиционные аналоги, а поднимают их полезные свойства на качественно новый уровень. В повседневной жизни мы