

вершину подводных гор в СВ и СЗ направлениях достигают длины 60 км и глубины от 4.7 км на прилегающем ложе океана до 300 м на высшей точке подводных гор.

3. Глубокий морской канал в море Амундсена. В дополнение к батиметрическим съемкам, проведенным НИС Полярштерн в 1994, была полностью отснята система глубоководных каналов. Данная система каналов состоит из 3-х каналов в глубинах вод до 3000 м к югу от подводных гор с высотами порядка 500 м, где наибольший канал имеет длину 28 км, глубину 50 м и ширину 2,5 км. Все каналы простираются в СВ направлении и впадают в один подводный «водосборный» бассейн.

Литература

1. Маркович И.И. Сенсорные системы, датчики и задачи навигации. Известия ТРТУ, Тематический выпуск, 2006, Таганрог, 174-179.
2. IHO Standards for Hydrographic Survey. Special Publication SP-44, 5th Edition. Monaco, 2008. – 28 pp.
3. Фирсов Ю.Г. Основы гидроакустики и использования гидрографических сонаров / Ю.Г. Фирсов. – СПб.: Нестор-История, 2010. – 303 с.

Понятие информационного капитала и его использование в условиях импортозамещения

Конончук Т.В., Еленева Ю.Я., д.э.н., профессор
Московский государственный технологический университет "СТАНКИН"
кафедра "Финансовый менеджмент"
г. Москва, Россия
tvkonon4uk@gmail.com, +7(906)047-33-99

Аннотация. В данной статье речь идет о таком понятии в деятельности предприятия как информационный капитал. Рассматриваются составляющие данного вида капитала, области его использования и его влияние на деятельность предприятия в целом. Также поднимается вопрос о необходимости осуществления мер по импортозамещению.

Ключевые слова: Информационный капитал предприятия, импортозамещение

Современная российская экономика находится уже достаточно долгий период времени в условиях кризиса и нестабильности, что накладывает на деятельность отечественных предприятий существенные ограничения деятельности. Для того, чтобы поддерживать свою работоспособность, менеджмент предприятий должен оперативно реагировать на стремительно меняющуюся конъюнктуру рынка.

Из-за оказываемого западными странами давления на российские компании путем введения санкций, возникла необходимость более эффективного использования ресурсов: трудовых, информационных и материальных. Особое внимание в последнее время предприятиями уделяется информации и информационным технологиям, которые обеспечивают инновационность, а, следовательно, и конкурентоспособность осуществляемой деятельности. При этом на современных предприятиях информация и информационные ресурсы и технологии используются настолько широко и глубоко, что имеют не только особый статус, но и представляют собой отдельный капитал, который можно обозначить как информационный.

Соответственно, для того, чтобы поддерживать рентабельность деятельности, менеджерам предприятий необходимо эффективно управлять информационным капиталом. А, так как информационный капитал отечественных предприятий в настоящее время сильно зависит от ресурсов, предоставляемых зарубежными компаниями, в сложившейся мировой ситуации российским предприятиям необходимо решить вопрос импортозамещения ресурсов для его использования.

Для того, чтобы разрабатывать систему импортозамещения иностранных ресурсов, необходимо четко определить понятие и границы информационного капитала. Данный вид капитала можно выделить среди капиталов, обозначенных авторами других научных работ - интеллектуальный, организационный, человеческий, технологический, рыночный и пр. [1, 2, 3, 4, 5]. Все эти виды капиталов присутствуют на всех предприятиях, однако их состав имеет принципиальное различие. В частности, в качестве элементов информационного капитала следует выделить организационный (структурный), человеческий и основной капитал.

Структурируя все определения, данные авторами научных работ выделенным элементам информационного капитала, можно обозначить, что человеческий капитал подразумевает совокупность компетенций и способностей персонала компании [1], организационный капитал объединяет в себе интеллектуальную деятельность (с оформленной интеллектуальной собственностью) сотрудников и инфраструктуру компании [4], а основной капитал включает средства производства.

Выделенные элементы позволяют сделать вывод, что информационный капитал состоит из материальной и нематериальной частей. Следовательно, так как наибольшему влиянию внешней среды подвержена именно нематериальная часть информационного капитала (которая обеспечивает успешную работу всего предприятия в целом), в качестве предмета для управленческого воздействия менеджеров при организации импортозамещения необходимо использовать его нематериальную составляющую. Таким образом, основываясь на приведенной выше информации, можно дать следующее определение:

информационный капитал - совокупность технических устройств для сбора и/или обработки информации, программного обеспечения, предназначенного для обработки и интерпретации данных, а также моделей бизнес-процессов, для реализации которых они применяются.

Данное определение позволяет сделать вывод, что информационный капитал это та совокупность составляющих деятельности, которая давно и успешно используется на всех отечественных предприятиях в рамках автоматизации деятельности, обмена, хранения и обработки, с помощью закупленного иностранного программного обеспечения. Именно этот фактор и оказывает воздействие на подверженность российских предприятий решениям, принимаемым в других странах. Поэтому необходимо, чтобы в кратчайшие сроки предприятия начали осуществление импортозамещения информационного капитала, которое может быть выполнено с помощью грамотного выстраивания системы бизнес-процессов и их последующей автоматизации при использовании отечественных программных разработок.

Таким образом, для успешного решения поставленной задачи, менеджерам предприятий необходимо осуществить подробный анализ программных продуктов, использующихся в настоящее время, а также решить вопрос о самостоятельном создании или приобретении у контрагентов новых объектов информационного капитала, с учетом возможности интеграции существующих объектов с новыми. Также необходимо обратить внимание на правовую охрану этих объектов с обязательным исчислением их стоимости и использования [5].

Соответственно, шагом, предшествующим всем перечисленным выше действиям, должен быть анализ существующих на предприятии бизнес-процессов, который подразумевает предварительное моделирование системы бизнес-процессов всего предприятия в целом. Данный шаг позволит безошибочно определить уже автоматизированные бизнес-процессы (и программные продукты, с помощью которых они автоматизированы), а также бизнес-процессы, которые необходимо оптимизировать путем автоматизации (и программные продукты, которые позволят это сделать). Последовательное выполнение данных работ позволит постепенно и без потерь для предприятия осуществить импортозамещение иностранных разработок на предприятии.

Вывод

Подводя итоги, необходимо отметить, что информационный капитал — это категория, которая является очень важной, основной составляющей эффективной деятельности

современных российских предприятий. Развитие информационного капитала требует особого внимания его нематериальной составляющей для долгосрочной бесперебойной рентабельной работы. В условиях кризиса предприятиям следует тщательно анализировать используемое в работе программное обеспечение для хранения, обработки и передачи данных, и, по возможности, осуществлять постепенный переход от иностранных разработок к отечественным.

Литература

1. Просвирина И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы // Финансовый менеджмент. 2004. № 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dis.ru/library/detail.php?ID=24030>
2. Григорьев С.Н., Еленева Ю.Я., Андреев В.Н. Рост стоимости технологического капитала как критерий и результат инновационного развития предприятий // Журнал «Актуальні проблеми економіки». 2014. № 1 (151). С. 150-162.
3. Андреев В.Н., Еленева Ю.А., Еленева Ю.Я. Технологический капитал промышленного предприятия: структура, эффективность использования. – Монография. – М.: ФГБОУ ВПО МГТУ «СТАНКИН», 2012. – 80 с.: ил.
4. Эдвинссон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. - М.: Academia, 1999. - 631 с. С. 423-447.
5. Grigoriev S.N., Yeleneva J.Y., Andreev V.N. Technological Capital Management as an Instrument of Industrial Enterprise Innovative Development. Proceedings International Conference on Competitive Manufacturing COMA'13. 30 January – 1 February 2013. Stellenbosch, South Africa. P. 479-484.

К вопросу о конкурентоспособности рекламы в российских социальных сетях

Лойко А.О., Аленина Е.Э., к.э.н., доцент

Университет машиностроения,

Гуманитарно-экономический институт им.В.С.Черномырдина,

кафедра «Менеджмент»

г. Москва, Россия

fulcrum@mail.ru, +7(985)446-29-80

Аннотация: В данной статье автором рассматривается актуальная проблема, связанная с возможностью определения целевой аудитории при размещении рекламы в социальных сетях, решение которой позволит повысить конкурентоспособность рекламы при использовании эффективных подходов и современных инструментов статистики и аналитики.

Ключевые слова: социальные сети, системы мониторинга, целевая аудитория, конкурентоспособность, реклама

По состоянию на середину 2015 года ежедневная аудитория интернета Российской Федерации, составляет 90 млн. уникальных пользователей, причем 87 % из них являются участниками социальных сетей («ВКонтакте», «Одноклассники» и т.д.). Таким образом, в настоящее время практически все компании, которым требуется продвижение какого-либо товара или услуги стараются делать конкурентоспособную рекламу в различных социальных сетях. Для этого они связываются и активно работают с представителями данных социальных сетей, с рекламными агентами, занимающимися активными продажами, простыми пользователями и популярными блоггерами. Однако, разместив рекламу на страницах Интернета, компании зачастую не имеют представление, какая именно аудитория станет конечным потребителем информации.