

## Положение о Большой Экономической Игре (БЭИ).

Организаторы игры: Мешков Алексей Александрович, Колмыкова Наталья Владимировна

### Цель проведения БЭИ:

Выявление команды, наиболее подготовленной в области экономической теории.

Приобретение участниками навыков аналитического мышления.

Приобретение навыков практического применения экономических принципов и концепций.

Повышение мотивации учащихся в изучении экономической теории.

Приобретение навыков работы в команде.

БЭИ проводится в два тура:

1 – отборочный «Домашнее задание» (выполняется заочно),

2 – финальная игра в рамках фестиваля.

Участники: все кто приехал на фестиваль, не зависимо от участия в олимпиаде.

Для участия в 1м туре необходимо выполнить «Домашнее задание»- исследование на заданную тему. Задание размещается на сайте Сибириады и сдается участниками до 10.00 25.02.2015г. в справочное бюро.

### **ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ К БОЛЬШОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИГРЕ «Модернизация настоящего и будущего: миф или реальность»<sup>1</sup>**

*«Люди называют роботами те вещи, про которые неизвестно, что они полезного делают. Как только робот начинает делать что-то полезное, его перестают называть роботом. Убирает в доме – становится пылесосом, показывает, куда ехать, – навигатором, выдает кэш – банкоматом».*

### ПРЕДИСЛОВИЕ

Чуть более 10 лет назад, исполнявший тогда обязанности Президента Владимир Путин сказал, что нашей экономике необходима стремительная модернизация. С тех пор эти слова, как заезженный шлягер, звучат из каждого утюга.

Проблема всесторонней модернизации экономики, которая приобрела особую остроту на данном этапе в России в период наиболее сильного влияния неблагоприятной внешнеэкономической и внешнеполитической конъюнктуры, возникла не сегодня и имеет глубокие корни. Суть ее – в формировании новой, современной экономики, обеспечивающей функционирование действенного

---

<sup>1</sup> Источники:

А) Симонова М., Фомичева М., Ждать не строить // РБК - №6, 2013 – с. 82-87

Б) Бабицкий А., «Когда робот начинает делать что-то полезное, его перестают называть роботом» // РБК - №12-1, 2014 – с. 67-75

механизма взаимного спроса на инновации в целях постоянной модернизации и предложения новинок в технике и технологии.

Одним из перспективных **направлений модернизации** во всем мире считается **внедрение робототехники**.

Роботы – это наше настоящее: они работают на производстве, летают вокруг Земли, выдают нам деньги или управляют навигацией. Ближайшее будущее совсем не за человекообразными машинами из фантастических фильмов, которые люди привыкли называть роботами, говорит Дмитрий Гришин, гендиректор и совладелец Mail.RuGroup. Летом 2012 он основал компанию Grishin Robotics, инвестировав в различные проекты по всему миру \$25 млн личных средств. Журналу «РБК» бизнесмен рассказал о робототехнике настоящего и будущего.

Если упрощенно, то **робототехника – «умный» софт, совмещенный с «умным» железом**. Вместе это и есть робототехника, миграция цифровых технологий в офлайн.

**Робототехника будет развиваться в отдельных нишах**. В этой отрасли много мечтателей, и это хорошо, но все-таки пришло время превратить ее в **массовый продукт для массовой аудитории**.

История развития человечества показывает, что большие перемены никогда не происходили сразу. Прежде чем появились теплоходы, люди пользовались гибридами парусников и паровых кораблей, очень долго. Пароходы изначально были быстрее парусников и грузоподъемнее. Но им требовалась угольная инфраструктура в каждом порту.

**Для робототехнических машин тоже нужна подготовленная инфраструктура.**

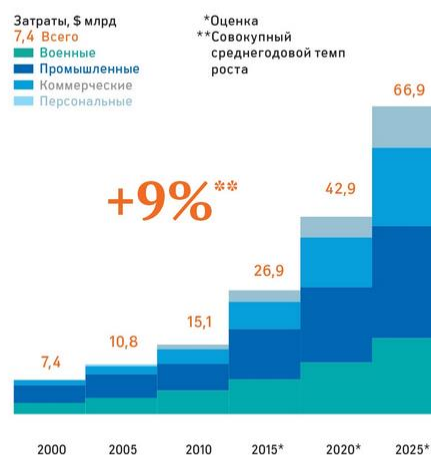
Андрей Бабицкий (РБК):

– *Что технически сейчас лимитирует развитие робототехники?*

Дмитрий Гришин:

– *Роботу требуется множество устройств. Во-первых, мозги, то есть процессоры. С мозгами все хорошо, так как роботы используют те же чипы, что и компьютеры, смартфоны. Индустрия компьютерной техники разгоняет вычислительные мощности. Во-вторых, сенсоры. Здесь тоже помогают смартфоны, хотя некоторые специфические сенсоры развиваются медленнее, чем хотелось бы. Камеры, например, прогрессируют очень быстро, акселерометры становятся все лучше, а приборы ночного видения или радары запаздывают. Пока это нишевые устройства. В-третьих, большая проблема – батарейки. Но они нужны не только*

**Мировые затраты на роботов достигнут \$67 млрд к 2025 году**



Источник: Boston Consulting Group, euRobotics, International Federation of Robotics, Japan Robot Association, Министерство экономики, торговли и промышленности Японии

роботам, так что роботы не будут придумывать что-то свое, а возьмут лучшие технологии из других индустрий.

Отдельная большая ниша – это все, что касается движения. Тут хотелось бы больше прогресса, потому что моторы и актуаторы, которые есть на рынке, не слишком впечатляют. Скажем, никому еще не удалось сделать дешевую роботу. Манипулятор, который может удерживать предметы, до сих пор стоит безумных денег.

... А вот доступный нам мотор мало отличается от того, который мы видели 20 лет назад, это был бы тот же самый электромоторчик с теми же самыми базовыми свойствами.

Я надеюсь, что эта ситуация изменится благодаря беспилотникам, которые создают устойчивый спрос на дешевые моторы. Дроны получили массовое распространение совсем недавно – продажи за последние пять лет выросли в сотни раз. В прошлом году компания DJI, лидер на рынке потребительских дронов, выручила \$125 млн. Появился рынок, которому требуется все больше легких быстрых моторов, качественных и отказоустойчивых. **Чтобы пошел прогресс, нужны спрос и постоянная конкуренция.**

В отечественном производстве робототехнике нужен качественный скачок, который обеспечил бы развитие всех этих инфраструктурных отраслей, связанных с разработкой и промышленным выпуском процессоров, сенсоров, аккумуляторов, моторов и т.п.

Ни это ли является той самой очень нам необходимой модернизацией, способной перевести экономику России с «сырьевых» рельсов на «новые технологичные»?!

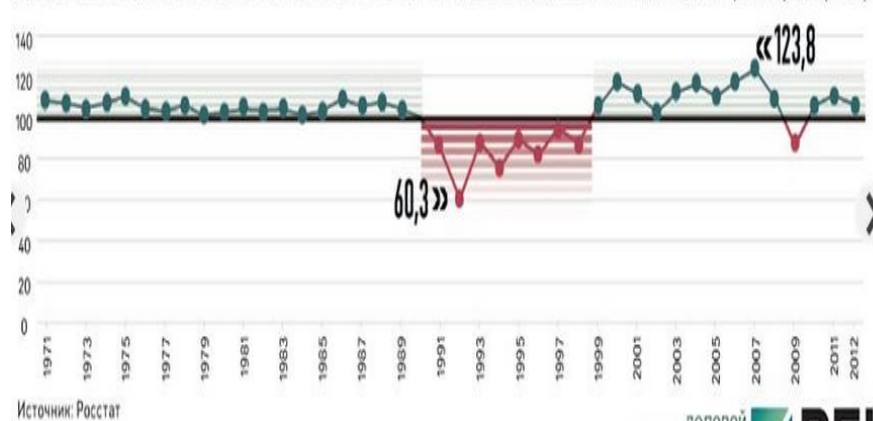
Игорь Шувалов заявил на форуме «Россия 2013», что резона проводить модернизацию нет ни у чиновников, ни у предпринимателей. «У нас сейчас отсутствуют мотивы для изменения. Нет драйва к тому, чтобы, если есть у тебя крупная корпорация, ее изменить. Она и так стоит несколько миллиардов долларов. Зачем тебе что-то делать? Зачем сильно заботиться о новом продукте?» - констатировал г-н Шувалов. Конечно, он оговорился, что за подобные высказывания часто подвергается критике. Мол, неправда его: стройки кипят, фонды обновляются, построили объекты для Олимпиады в Сочи, чемпионат мира по футболу.

Но на деле выходит, что вице-премьер не лукавит. В 2012-м **50 крупнейших российских инвесторов сократили капитальные вложения на 10,5%.**

Может, мы уже все, что нужно, модернизировали?

Если верить данным Росстата, остановились бизнесмены рановато. Основные фонды предприятий, по информации ведомства, физически изношены на 48%, причем в последние годы эта цифра только растет. А коэффициент обновления мощностей не превышает 5% в год. Такими темпами мы заменим все «старье» через 25 лет. И это в лучшем случае. И можно ли говорить тогда о качественном прорыве в области техники и технологий?..

Динамика инвестиций в основной капитал в РСФСР и России в сопоставимых ценах, % к предыдущему году



Структура капиталовложений в России, %



деловой  
ЖУРНАЛ РБК

Впрочем, как показывает [рейтинг РБК](#), некоторые компании все же наращивают капиталовложения. Позитивной динамикой отличаются преимущественно нефтяники и энергетики. Но делают они это наверняка лишь потому, что и на тех, и на других давит государство. Первых законодательными мерами заставляют модернизировать перерабатывающие заводы, вторых - электростанции и сети. Кстати, почти 80% совокупного объема инвестиций участников рейтинга приходится либо на госкорпорации, либо на предприятия, вынужденные менять оборудование под административным давлением.

Остальные не обременяют себя капвложениями. При этом для подавляющего большинства компаний модернизация отнюдь не непосильная ноша. Так, только у девяти из них расходы на обновление фондов превышают четверть выручки. Между прочим, самым прижимистым оказался «Газпром»: его инвестиции - всего 2,81% от оборота и около 11% от чистой прибыли, полученной по итогам 2012 года.

А ведь начало инвестиций в инфраструктурные отрасли, отрасли информационных технологий и разработки программного обеспечения, обеспечивающие модернизацию производственных процессов во многих сферах, в том числе и «локомотиве» развития будущего – робототехнике, могло бы «разморозить» инвестиции в основные средства и дать необходимое развитие экономике. А там недалеко и до показателей Китая, на который все равняются, и мы в том числе. Пока же в Поднебесной капитальные вложения составляют 50-60% ВВП, в России - порядка 20%. Не потому ли Китай растет на 7-8% в год, а у нас, говорят, рецессия не за горами: по разным прогнозам падение ВВП в 2015 г. составит до 3- 5%?

### Вопросы<sup>2</sup>:

1. Если говорить о динамике и структуре затрат на робототехнику во всем мире, то можно заметить, что наибольший удельный вес занимают расходы на промышленные и коммерческие роботы. Однако, большими темпами, растет доля вложений в персональных роботов. Как вы считаете, какая группа роботов может стать источником технологического прогресса? **Ответ аргументируйте. Приведите практические примеры в пользу ваших аргументов.**

<sup>2</sup> При использовании каких-либо внешних источников информации обязательно приведите ссылки на них.

2. Позитивной динамикой капитальных вложений в российской экономике отличаются преимущественно нефтяники и энергетики. Какими способами можно предложить переориентировать инвестиции из сырьевых и энергетических отраслей в высокотехнологичные: ИТ-технологии, программное обеспечение, высокопроизводительное оборудование и пр.?

3. В статье приведена структура капитальных вложений в России. Сравните данную структуру со странами-лидерами в сфере экономического развития на основе статистических данных. Насколько структуры совпадают/разнятся? Сказывается ли это на уровне развития данных стран?

4. Одним из показателей технологического развития экономики является доля капитальных вложений от величины ВВП. Найдите статистические данные, экспертные мнения, относительно доли капвложений в экономику разных стран (развитых, развивающихся и слаборазвитых). Сопоставьте этот показатель с динамикой реального ВВП данных стран. Какие выводы можно сделать?

5. Какие высокотехнологичные производственные предприятия есть в вашем регионе? Какую продукцию они производят? Кто является собственником данных предприятий? Какая существует инвестиционная политика в данных компаниях? Какие производственные обороты у данных компаний (выручка, прибыль), рынок сбыта?

### **Требования к выполнению работы:**

Объем работы должен составить до 5-ти страниц компьютерного текста (шрифт 12 – 14) без приложений.

Титульный лист: указывается название команды, ФИО авторов эссе.

Работа сдается в печатном виде и на электронном носителе.

### **Критерии оценки отборочного тура:**

- обоснованность;
- логичность;
- знание экономических понятий и теорий;
- использование соответствующей теме информации;
- способность анализировать представленную информацию;
- логика структурирования доказательств;
- способность объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению.

## **Приложение к положению о Большой Экономической Игре**

### **(Финальный тур)**

**В финальном туре командам дается тема дебатов и несколько минут на подготовку и обсуждение, а также жребием определяется, какая команда будет выступать «за», а какая «против» заданного высказывания.**

**Дебаты** (в широком понимании) - это аргументированный, цивилизованный спор, по определённым правилам, в котором участники представляют различные точки зрения (чаще всего две, с целью убеждения третьей стороны (судей, зрителей дебатов и т.д.) Дебаты, как метод ведения спора, отличается от просто логической аргументации, которая лишь проверяет вещи на предмет последовательности с точки зрения аксиом, а также от спора о фактах, в котором интересуются только тем, что произошло или не произошло. Хотя и логическая последовательность, и фактическая точность, как впрочем, и эмоциональное обращение к публике являются важными элементами убеждения в дебатах, одна сторона частую доминирует над другой посредством представления более качественного содержания и (или) структуры рассмотрения предмета спора в дебатах.

То, что в дебатах выигрывает та или иная команда, не означает, что верна позиция, ею отстаиваемая. Ведь эта же команда, волею жребия, могла бы играть и на другой стороне.

Победа всецело зависит от мастерства команды: именно индивидуальные умения спикеров, коллективная работа.

Согласно правилам, команды должны отстаивать свои позиции до конца игры.

## **Основные элементы дебатов**

### **1. Система аргументации**

Каждая команда для доказательства своей позиции создает **систему аргументации**, то есть совокупность **аспектов и аргументов** в защиту своей точки зрения, представленных в организованной форме. С помощью аргументации команда пытается убедить судью, что ее позиция по поводу темы – наилучшая.

### **2. Поддержка и доказательства**

Вместе с аргументами участники дебатов должны представить судье свидетельства – поддержки (цитаты, факты, статистические данные), доказывающие их позицию.

### **3. Перекрестные вопросы**

Большинство видов (но не все) дебатов предоставляют каждому участнику возможность отвечать на вопросы спикера-оппонента. Раунд вопросов спикера одной команды и ответов спикера другой называется «перекрестными вопросами». Вопросы могут быть использованы как для разьяснения позиции, так и для выявления потенциальных ошибок у противника. Полученная в ходе перекрестных вопросов информация может быть использована в выступлениях следующих спикеров.

## **Памятка участника обсуждения**

- Все расположены к участию в дискуссии.

- Никто не доминирует в беседе, и каждый имеет возможность высказаться.
- Нельзя критиковать людей, а только их идеи.
- Критика должна происходить без ярлыков и обидных высказываний.
- Обсуждение не выходит за рамки выбранной темы и сосредоточено на определении собственной позиции.
- Должны быть учтены все предложенные мнения и подходы к проблеме.
- Строить аргументацию необходимо на бесспорных фактах и проверенных источниках.
- Поддерживается атмосфера дискуссии, необходимая для анализа альтернатив.
- Мы слушаем и слышим друг друга.

### Полезные ссылки для изучения:

1. <http://www.debate-mai.narod.ru/>
2. <http://debatclub.narod.ru/>
3. <http://evolkov.net/critic.think/povarnin/>

## Статья для дебатов в финале конкурса Большая Экономическая Игра.

### Руководители СМИ воззвали о помощи к президенту

<http://rbcdaily.ru/search?query=%D0%94%D0%B0%D1%80%D1%8C%D1%8F%20%D0%9B%D1%83%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F,%20%20%D0%95%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0%20%D0%A1%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0>

[Дарья Луганская, Елизавета Сурганова](#) 02:50, 20.02.2015



Фото: REUTERS Фото: REUTERS

Медийное сообщество просит у государства поддержки: предлагает вернуть в СМИ рекламу алкоголя, снять определенные ограничения на рекламу БАДов и зафиксировать цену на бумагу.

#### Рекламная помощь

Письмо с просьбой о поддержке медиаотрасли было передано главным редактором газеты МК и председателем Союза журналистов Москвы Павлом Гусевым. Он встречался с президентом Владимиром Путиным вместе с другими главными редакторами федеральных СМИ 18 февраля, о передаче письма РБК рассказал сам Гусев.

«Если не помочь СМИ сегодня, то к концу года их в России будет в два раза меньше», – объяснил он решение отрасли написать президенту. По его словам, документ готовили представители медиа- и рекламного рынка. Гусев отказался предоставить копию обращения РБК, но рассказал, какие предложения в нем отражены. Государство, в частности, просят не допускать необоснованного роста цен на бумагу, частично снять ограничения на рекламу алкоголя, перенести ответственность за рекламу биологически активных добавок на рекламодателей. Гусев пояснил, что рекламу алкоголя предлагают вернуть с ограничениями – в том числе по времени для трансляции на ТВ, «чтобы дети не увидели». Медиа сообщество также настаивает на возвращении рекламы в детские передачи и сохранении газетных киосков.

Помимо Гусева на встрече были главный редактор «Комсомольской правды» Владимир Сунгоркин, главный редактор газеты «Ведомости» Татьяна Лысова, главный редактор газеты «Коммерсантъ» Сергей Яковлев, шеф-редактор холдинга РБК Елизавета Осетинская, главный редактор журнала Forbes Эльмар Муртазаев и руководители информагентств – гендиректор «России сегодня» Дмитрий Киселев и гендиректор Интерфакса Михаил Комиссар. 20 февраля, в пятницу, с президентом встретятся руководители телеканалов, рассказала РБК главред МИА «Россия сегодня» и телеканала RT Маргарита Симоньян.

Главный редактор «Коммерсанта» Сергей Яковлев сказал РБК, что письмо было подписано большинством руководителей СМИ перед встречей с президентом. «В этом письме вполне человеческие предложения, с которыми все выразили согласие. Оно состояло из пяти пунктов, посвященных расширению круга потенциальных рекламодателей». Владимир Сунгоркин подтвердил РБК, что все пункты посвящены «снижению запретительных барьеров в рекламе». Он отдельно подчеркнул, что не считает возвращение рекламы алкоголя в СМИ вредным для общества. «Традиционно против этого возражают, заявляя, что люди будут больше пить. Но мы в ответ обращаем внимание, что рекламируется только качественный алкоголь, а спиваются люди чаще всего от суррогатных продуктов», – заявил он.

Генеральный директор ТАСС Сергей Михайлов не подписал письмо, поскольку речь в нем идет о газетах и телевидении. «Там речь о рекламе, о бумаге. Я идеологически готов коллег поддержать, но подписывать письмо по теме, которая ко мне не имеет отношения, не стал».

### **Цифры сопоставимы с 2009 годом**

Предложения руководителей федеральных СМИ совпадают с подготовленным Минкомсвязью антикризисным планом развития отрасли, отмечает заместитель министра Алексей Волин. Этот антикризисный план был опубликован также в среду, 18 февраля, и содержит все те же предложения: не допускать необоснованного роста цен на бумагу и либерализовать рекламное законодательство, в частности разрешить рекламу алкоголя и рецептурных лекарств, снять со СМИ ответственность за недостоверную рекламу биологически активных добавок, позволить чаще прерывать рекламой детские теле- и радиопередачи.

По словам двух участников встречи с президентом, помимо рекламных вопросов на ней также обсуждалось предложение продлить для СМИ льготу по уплате страховых взносов с зарплат сотрудников. Это предложение в письмо не вносилось, говорит еще один участник собрания. До 2015 года СМИ платили страховые взносы по льготной ставке (28, а не 36%). По словам руководителя одной из федеральных газет, в СМИ доля оплаты труда сотрудников в общих расходах организации достигает 40–50%. Если ставка будет пересмотрена и СМИ будут платить стандартные налоги, то расходы федеральных изданий могут увеличиться более чем на 100 млн руб. в год, а для СМИ среднего уровня – на десятки миллионов рублей.

СМИ находятся в тяжелейшем состоянии, признал в начале февраля в интервью телеканалу РБК Волин. По его словам, в январе 2015 года объем рекламы на телеканалах упал на 28%, в прессе – на 35–40% (в зависимости от сегмента, наибольшие потери – у журналов), на радио – на 30%. Оценка объема рекламного рынка в медиа в целом упала с \$10 млрд. в 2013 году до \$5 млрд, заявил замминистра. По его словам, эти цифры сопоставимы с кризисным 2009 годом. Волин заявлял, что для выхода из кризиса ряд шагов должно предпринять и государство, и сами СМИ.

Ограничения на рекламу алкоголя постепенно, для разных медиа, вводились с 2008 года. Сейчас она запрещена во всех медиа, в том числе в интернете, и на уличных конструкциях. Исключение летом прошлого года было введено для пива: его можно временно, до января 2019 года, рекламировать на стадионах, в спортивных телетрансляциях, в прессе. С 2008 года к концу 2014 года из-за законодательных ограничений отрасль потеряла 50 млрд. руб., делился данными вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России Сергей Пискарев.

Стоимость бумаги за последние три месяца уже выросла на 50%, при этом некоторые производители уже уведомили издателей, что в 2015 году их ожидает как минимум еще одно



повышение цен – на 15%, заявлено на сайте Ассоциации распространителей печатной продукции. По данным ассоциации, доля полиграфии в себестоимости газетно-журнальной продукции составляет около 70%.

**Автор статьи:** [Дарья Луганская, Елизавета Сурганова](#)

*Председатель оргкомитета, начальник  
управления образовательной политики*

*В.Н. Щукин*