

**Министерство образования, науки и
молодежной политики Нижегородской области**

**НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
ТЕХНИКИ, ТЕХНОЛОГИИ,
ИНДУСТРИИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА**

V Всероссийская
научно-практическая конференция
Воротынец, 23 апреля 2021 г.

Материалы и доклады

ТОМ I

**Княгинино
НГИЭУ
2021**

УДК 001.8
ББК 94.3 Ж
О-75

Рецензенты:

С. А. Васильев, д.т.н., профессор НГИЭУ

Редакционная коллегия:

В. В. Ильичёв, к.т.н., директор

института транспорта, сервиса и туризма НГИЭУ;

Н. А. Смирнов, к.э.н., заместитель директора по учебной и научной
работе института транспорта, сервиса и туризма НГИЭУ;

Е. В. Ильичёва, к.п.н., доцент,

заведующий кафедрой «Сервис» НГИЭУ;

И. Г. Генералов, к.э.н., доцент кафедры «Сервис» НГИЭУ

О-75 **Основные направления развития техники, технологии, индустрии сервиса и туризма** : материалы и доклады V Всероссийской научно-практической конференции. Том I. – Княгинино : НГИЭУ, 2021. – 186 с.

В первом томе сборника научных статей представлены материалы и доклады участников конференции по актуальным вопросам развития техники, технологии, индустрии сервиса и туризма. В том I вошли материалы секций «Перспективы развития сервиса и туризма» «Современные тенденции развития техники и технологии производства» и «Научные исследования молодых ученых».

Сборник предназначен для научных работников, аспирантов и студентов учебных заведений.

УДК 001.8
ББК 94.3 Ж

© Нижегородский государственный
инженерно-экономический университет, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ

«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА И ТУРИЗМА»

Асташин А. Е., Разумовская Ю. Л. Пешеходный поход выходного дня как способ рекреации (на примере ПВД «Иглу» в Нижегородской области)	7
Асташина Н. И., Беспалова М. В. Социальное партнёрство как ресурс сервисной деятельности	11
Асташина Н. И., Матросова А. А. Эволюция речного транспорта как средства рекреации	15
Асташина Н. И., Мочалина А. С., Симаков Н. В. Использование современных дизайнерских технологий для создания фирменного стиля гостиницы	18
Асташин А. Е., Разумовская Ю. Л., Фока А. О. Фестивальный туризм, как значимая часть событийного туризма (на примере фестиваля «Шишкин мыс» в Нижегородской области)	21
Асташина Н. И., Сиднева С. И. Использование инновационных технологий при организации работы с многодетными семьями	24
Баранова И. А., Барышникова А. И. Этические аспекты сервиса на примере предоставления психотерапевтических услуг: сравнение отечественного и зарубежного опыта	27
Баранова И. А., Калининчева И. В. Анализ перспективы развития сферы туризма в Брянской области	32
Васильева Е. А., Фока А. Проблемы внедрения инновации в сфере товарной политики в социально-культурном сервисе	35
Генералов И. Г., Коварина Л. А. Анализ номерного фонда в МБУ ДООЦ «Волжский берег» Воротынского района Нижегородской области	39
Генералов И. Г., Спиридонова С. П. Ключевые бизнес-процессы деятельности Воротынского краеведческого музея	43
Генералов И. Г., Шкляева Я. А. Мотивация сотрудников сферы гостеприимства	46
Гутникова М., Митракова М. Р. Тенденции развития технологий в сфере жилищно-коммунального хозяйства	49

Жегалина М. А., Ильичёва Е. В. Изучение рекреационных потребностей	53
Игнатенко С. С., Кодина А. Е. Орнитологическая привлекательность городского округа Воротынский для организации экологического туризма	57
Ильичёва Е. В., Найданов Д. Е. Распределение рекреационной нагрузки посредством создания площадки для самоорганизации рекреантов	60
Кашникова В. В., Черных О. А. Этические требования к сотрудникам контактной зоны	63
Крыловская В. Н., Разгонова А. С. Перспективные направления развития сферы сервиса в России	67
Кутаёва Т. Н., Лебедева П. М. Проблемы развития туризма в Нижегородской области	72
Лупоок Е. О., Якубенко Ю. В. Практико-ориентированные направления и тенденции развития культурно-познавательного туризма в России	75
Нуждина М. В., Точенова А. А. Развитие дополнительных услуг на предприятии гостиничного сервиса	80
Нуждина М. В., Шарова А. Н. Организация работы бизнес-центра (business center) в гостинице	84
Тачкова И. А. Состояние и проблемы развития туристической отрасли в условиях пандемии COVID-19	90
Терешкина Э. И., Шелаумов А. В. Развитие военно-патриотического воспитания в Воротынском районе на примере военно-патриотического клуба «Гренадеры»	95
Тюрин Р. В., Хабалаты А. А. Влияние пандемии на развитие туризма в России	98
Ханафиева А. М. Роль подвижных игр как средство социально-экономического развития и формирования профессионально-этических качеств студентов экономических специальностей	101
Хохлова И. А., Шеловицкая И. И. Этические аспекты сервисной деятельности	106

**СЕКЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА»**

Белолугова К. А., Толстова Е. Г. Ассортимент продуктов из овсяных хлопьев на современном рынке	109
Виногоров В. А., Курникова Т. А. Применение математической модели при расчете расхода топлива на автомобильном транспорте	113
Глушенкова К. В., Кротова Е. А., Семенова А. И. Анализ современных технологий переработки пластиковых отходов в Нижнем Новгороде	117
Князева И. П., Кротова Е. А., Ронжин С. С. Анализ эффективности внедрения систем оборотного водоснабжения на промышленном предприятии	121
Курникова Т. А., Сильчихин С. Д. Состояние и тенденции развития технического обслуживания и сервиса автомобилей в России	126
Курникова Т. А., Финогеев И. А. Роль математики в профессиональной подготовке специалистов технического обслуживания	129

СЕКЦИЯ «НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ»

Варгазарян А. А. Материально-техническая база центра цифрового образования детей «IT-куб. Княгинино»	132
Варгазарян А. А. Описание основных бизнес-процессов центра цифрового образования детей «IT-куб. Княгинино» в нотации IDEF0	135
Васильева Е. А., Гришанова К. А. Разработка и обоснование программы подготовки кадров для предприятий сервиса	138
Генералов И. Г., Карпов А. С. Анализ предпочтений студентов при совершенствовании досуговой деятельности в Институте транспорта, сервиса и туризма ГБОУ ВО НГИЭУ	142
Генералов И. Г., Карпов А. С. Эконометрическое моделирование зависимости стоимости проживания в гостиницах от номерного фонда (на материалах Воротынского района)	147

Емельянов С. С. Дистанционное обучение физической культуре в условиях пандемии	150
Ильичёва Е. В., Овчинникова Н. В. Сельский туризм в развитии сельских территорий	153
Ильичёва Ю. В. Виды удобрений и их роль в сельскохозяйственном производстве	159
Лобачева В. Н., Смирнов Н. А. Тенденции развития регионального туризма в условиях пандемии	163
Маслова А. И., Маслов А. А. Инновации, совершенствующие человека: положительные эффекты для общества	166
Семахина О. В. Оптимизация внутренних бизнес-процессов гостиничного комплекса при помощи технологий бережливого производства	172
Хабибулина А. А. Социальные инновации и их роль в жизни общества и развитии экономики	177
Холоденина Т. С. Применение ротационных пылеуловителей в процессах послеуборочной обработки зерна и семян	181

СЕКЦИЯ
«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА И ТУРИЗМА»

УДК 796.5

А. Е. Асташин

к.г.н., доцент кафедры «Сервис»

Ю. Л. Разумовская

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

**ПЕШЕХОДНЫЙ ПОХОД ВЫХОДНОГО ДНЯ
КАК СПОСОБ РЕКРЕАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ
ПВД «ИГЛУ» В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

В постиндустриальном обществе люди постоянно подвержены различным факторам стресса и ежедневно окружены внешними раздражителями. Всё это вызывает опасность психологической перегрузки, с которой сталкивался практически каждый человек. Такое состояние крайне негативно сказывается не только на настроении и работоспособности, но и на общем состоянии организма [1].

Рекреация в любом её виде служит не только для восстановления физических и духовных сил, но и восполняет потребность в общении, а также способствует реализации скрытого творческого потенциала.

Объектом исследования в данной работе выступает оздоровительный пеший поход выходного дня, как способ рекреации и проведения свободного времени после рабочей недели. Отдых на природе, пешие, лыжные и велосипедные прогулки как способ рекреации помогают отвлечься от серых будней, а также справиться с различными стрессами и усталостью. Именно это определяет актуальность поднятой темы.

Одной из самых доступных форм рекреации по праву признан поход выходного дня (ПВД). ПВД – это достаточно массовый и бюджетный вид туристского похода, именно по этой причине он имеет такую популярность среди сторонников туристской сферы.

Чаще всего поход выходного дня не требует большой предварительной подготовки. Он также не требует долгой и детальной проработки траектории движения и не подразумевает специальной физической подготовки. Однако определенная подготовка всё-таки должна быть. Необходимо определиться с целью похода, выбрать способ и маршрут передвижения и проверить его, набрать группу экскурсантов. В зависимости от темы ПВД может потребоваться определенное снаряжение, которое должен продумать организатор похода и объявить остальным участникам группы. Организация такого похода по силам не только профессионалам, но и студентам. Во время такого похода экскурсанты получают не только психологическую разгрузку, но и физиологическое оздоровление – тренировку мышц, получение заряда бодрости.

В условиях города двигательная активность людей имеет явную тенденцию к сокращению. Тогда как недостаток физической активности пагубно сказывается на здоровье человека. Занятия физической культурой и участие в туристских походах способствует восполнению дефицита двигательной активности [5].

На базе Института транспорта, сервиса и туризма традиционно организуются тематические ПВД в формате экскурсий-квестов [7; 8], туристско-спортивных мероприятий [9], ниже мы приводим пример организации тематического ПВД экстремальной направленности – сооружение временного зимнего укрытия иглу.

21 марта 2021 года студенты направления подготовки «Сервис» и профессорско-преподавательский состав Института транспорта, сервиса и туризма отправились в тренировочный поход выходного дня в осиновую рощу «Остров», расположенную на берегу реки Чугунки между Воротынцем и Осинками.

По форме проведения оздоровительный проект представлял собой пеший поход протяженностью около 2 километров в черте населенного пункта Воротынец.

Экскурсанты попробовали свои силы в организации тематического похода выходного дня. Поход получил название «Иглу».

Иглу – это типичное для эскимосов место жительства. Данная постройка имеет куполообразную форму с диаметром, в среднем, 3–4 метра и высотой около 2 метров. Строятся иглу, как правило, из ледяных блоков или же уплотненных при помощи ветра блоков из снега. Также иглу вырезают из сугробов, которые подходят по плотности, а также по размеру [2].

Помимо оздоровительной направленности, данный проект имел спортивный и познавательный характер.

Пешеходный туризм, в отличие от многих других видов туристской активности, практически не имеет противопоказаний и проходит с минимальным ущербом для окружающей среды.

Он положительно влияет не только на физическую форму, но и помогает отдохнуть от интеллектуальной нагрузки, которой подвергаются студенты и преподаватели в течение рабочей недели.

Проведенный поход выходного дня выполнил все поставленные организаторами цели: формирование у участников навыков бережного отношения к природе, развитие самостоятельности в совокупности с навыками работы в коллективе, расширение кругозора, развитие дисциплинированности и ответственности.

Можно сделать вывод, что на сегодняшний день, актуален комплексный подход к оздоровлению студентов в условиях учебного заведения, сочетающий как практические, так и теоретические методы [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бирюкова А. В. Рекреационная деятельность как социальный процесс // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. № 70.
2. Иглу – традиционное жилище эскимосов // VamVigvam [Электронный ресурс]. URL: <https://vamvigvam.ru/blog/2015-05-10/iglu-tradicionnoe-zhilische-skimosov> (дата обращения: 12.04.2021).
3. Богданова Т. А., Чингина Е. Н. Оздоровительные походы выходного дня для студентов ПЕТРГУ // Север и молодежь: здоровье, образование, карьера. Ханты-Мансийск : Югорский государственный университет, 2020. С. 27–29.
4. Фурзикова М. А., Васильева А. С. Организация и проведение походов выходного дня // Студенческая наука и XXI век. Йошкар-Ола : Марийский государственный университет. 2020. С. 447–449.
5. Бичев В. Г. Походы выходного дня в жизни студентов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 5–3 (44). С. 98–101.
6. Ключникова Е. А., Гайнетдинова А. К. Поход выходного дня, как одна из эффективных форм снятия эмоционального напряжения студента // Стратегия развития спортивно-массовой работы со студентами. Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2016. С. 88–91.
7. Самсонова Т. С., Корсунов Д. А., Петкогло И. Д., Асташин А. Е. Опыт реализации экскурсии-квеста «Остров мечты», как инновационного экскурсионного продукта // Географическая наука сквозь

призму современности. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2019. С. 38–42.

8. Приходько В. Н., Шарова А. И., Гришанова К. А., Асташин А. Е. Опыт реализации экскурсии-квеста «К князю на блины», как инновационный экскурсионный продукт // Географическая наука сквозь призму современности. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2019. С. 43–48.

9. Фока А. О., Дюжакова А. С., Маркова Д. А., Асташин А. Е. Перспективы развития активного отдыха во время пандемии (на примере веревочного курса) // Орфановские чтения – 2020. Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина. 2021. С. 133–136.

Н. И. Асташина

к.п.н., доцент кафедры «Сервис»

М. В. Беспалова

студентка 3 курса по направлению подготовки «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЁРСТВО КАК РЕСУРС СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Социальное партнерство – это система совместного согласования интересов различных социальных групп, которая основывается на равном сотрудничестве всех сторон, участвующих в общем процессе.

Трудовой кодекс Российской Федерации определяет социальное партнерство в сфере труда как «систему взаимоотношений между работниками (представителями работников), работодателями (представителями работодателей), органами государственной власти, органами местного самоуправления, направленную на обеспечение согласования интересов работников и работодателей по вопросам регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений» [6].

Социальное партнерство в сфере сервисной деятельности объединяет целый комплекс взаимоотношений между различными организационными структурами таких сфер деятельности, как: искусства, культуры, образовательной, туристической, спортивной, здравоохранения, науки, жилищно-коммунального хозяйства, социального обслуживания населения, а так же отношения между людьми разного социального статуса.

Задачей социального партнерства является урегулирование различных отношений, обеспечение взаимодействия между сторонами, а так же их сотрудничества. Целью такого сотрудничества является благополучие и развитие в образовательной, социальной, культурной и благотворительной сфере.

Различные аспекты организации социального партнерства в сфере сервиса активно обсуждаются в научно-методической литературе [1].

Среди направлений в сфере сервисной деятельности, важное место отводится организации социального партнерства связанного с поддержкой уязвимых групп населения – людей с ограниченными возможностями здоровья, семей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, многодетных семей, пожилых людей. Социальную поддержку этим группам оказывают органы власти и органы социальной защиты. В небольших городах учреждения соцзащиты «...являются организующим центром социально-воспитательной работы: она обладает квалифицированным составом социальных работников, воспитателей; имеет развитый комплекс помещений, позволяющих проводить спортивную, клубную и кружковую работу...» [3, с. 71].

Однако, традиционные формы и методы работы не всегда эффективны, поэтому для решения этой проблемы нужно искать комплексный, всесторонний подход, опираясь на инновационные технологии различных сфер деятельности, в том числе и сферы сервисной деятельности. За счет внедрения в жизнь новых технологий можно добиться повышения самостоятельности и вовлечения в активную жизнь людей названных категорий, а так же привлечь к сотрудничеству новых партнеров из структур сервисной деятельности.

Одной из актуальных проблем в настоящее время стоит проблема с трудоустройством и самореализацией данных категорий граждан. Государство предусмотрело ряд законов, направленных на поддержание инвалидов по трудоустройству. Среди них поощрение работодателей, сохраняющих действующие и создающих новые рабочие места для инвалидов, обеспечение государством дополнительных гарантий путём разработки и реализации целевых программ содействия занятости [2, с. 11]. Предприятия сферы сервиса могут оказать существенную помощь в этом направлении, например, трудоустроить на предприятии человека, имеющего инвалидность, или создать ресурсный центр, чтоб каждый желающий мог самостоятельно получить информацию о трудоустройстве, обучении или переобучении, а так же разработать и создать программы для различных тренингов, культурных и активизирующих программ с целью адаптации в обществе.

Предприятия сервисной деятельности могут создать продукты для людей с ограниченными возможностями, такие, как: обеспечение безопасности, независимости проживания, способствующих развитию устойчивых социальных связей, создания различных программ по обучению пожилых людей компьютерной грамотности, и освоение с ними новых технологий. Организовать помощь в освоении информационных ресурсов, обучить общению в социальных сетях, потому что главная проблема пожилых людей – это одиночество. Более 22 % людей стар-

ше 65 лет – это одиноко проживающие люди, таковых насчитывается около 7 млн человек нашей страны [6]. Однако, одиноким пожилой человек может быть и не только отдельно проживающим, но и находящимся в семье. Пожилым людям не хватает общения. Для решения этой проблемы можно привлечь молодое поколение из числа волонтеров, организовав социальное волонтерство. Социальное волонтерство представляет собой организацию безвозмездной помощи людям своими усилиями, участием, делами [4, с. 109]. От этого вида социального партнёрства получается двойная польза: люди с ограниченными возможностями получают общение, а молодежь учится милосердию, выдержке, состраданию, пониманию проблем старшего поколения, их осознанию, ответственности за слабых и незащищённых.

Еще одной инновацией в сфере сервиса, как социального партнера, может послужить разработка продуктов для слабовидящих людей – например, создание голосового приложения для описания местности с целью ориентирования на местности. В режиме реального времени они могут ориентироваться на местности через специальное приложение благодаря установленным датчикам на местности, для этого достаточно будет установить в телефон специально разработанное приложение, предварительно для этого необходимо пройти занятия со специально обученным тренером. Такая система делает слабовидящих людей более мобильными.

Социальное волонтерство может помочь уйти от «казённых» форматов проживания детей в детских домах, реабилитационных центрах, пожилых людей в учреждениях проживания, в виде заботы и опеки над ними, организации анимационных программ, концертов, и т. д. Волонтерское движение в период пандемии COVID-19 внесло неоценимый вклад своей деятельностью в оказании помощи нуждающимся.

Еще одним направлением социального партнёрства может стать разработка программ предприятиями сервиса для поддержки и раскрытия талантов у детей с различными нарушениями здоровья.

Не только пожилые люди нуждаются в поддержке, необходимо разрабатывать новые сервисные продукты для удовлетворения потребностей маломобильных, малоимущих граждан, молодёжи и студентов, например, разработать студенческий акселератор с целью развития социального предпринимательства. Одной из инноваций в сфере социального партнёрства может стать создание онлайн-портала с перечнем сервисных услуг, благотворительных, волонтерских и студенческих организаций (пожертвования можно вносить не только в материальной форме, но и в качестве волонтерской помощи).

Социальное партнерство как один из ресурсов сервисной сферы может быть направлен на организацию и разработку продуктов, и услуг, необходимых для социальной поддержки людей старшего возраста и незащищенных категорий граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

Сервисная деятельность, как социальный партнер государства, может предоставить возможности и проекты, а так же услуги и продукты, способные обеспечить достойный уровень для социальной защиты людей в данном секторе экономики и общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асташина Н. И. Организация социального партнерства как ресурс формирования экологической культуры // Орфановские чтения – 2019. 19 декабря 2019 г. Мининский университет. 2020. С. 132–136.
2. Гуслова М. Н. Организация и содержание работы по социальной защите престарелых и инвалидов. М. : Academia. 2012. 240 с.
3. Комарова Е. И. Организация, управление и администрирование в социальной работе. М. : Юрайт. 2011. 432 с.
4. Мироненко Н. В. Волонтерская деятельность в системе социального партнерства некоммерческих организаций // Вестник государственного и муниципального управления. 2014. № 3. С. 109.
5. Осипов Е. М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России. М. : Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (МГУ). 2017. 697 с.
5. Статистика России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/>.
6. Трудовой кодекс РФ (в ред. от 29.12 2020).

Н. И. Асташина

к.п.н., доцент кафедры «Сервис»

А. А. Матророва

студент 3 курса направления подготовки «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ЭВОЛЮЦИЯ РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА КАК СРЕДСТВА РЕКРЕАЦИИ

Востребованность услуг в сфере рекреационной деятельности определяет необходимость использования разнообразных видов рекреационной деятельности, модернизации технических средств её осуществления.

Традиционно большой популярностью пользуются отдых на воде и около воды, с которыми связаны многие виды рекреационной деятельности [1; 2; 3].

Рассмотрим основные этапы эволюции речного транспорта, связанного с осуществлением рекреационной деятельности.

Любовь к речным прогулкам у нижегородцев имеет давнюю историю. Долгое время водный транспорт в основном для осуществления пассажирских перевозок. Прогулочные теплоходы современного типа стали активно использоваться в рекреационных целях со второй половине XX века.

В 1934 году в г. Горький на заводе «Красное Сормово» был построен круизный теплоход «Максим Горький». Это круизное судно предназначалось для отдыха первых лиц страны. Двухпалубное судно отличалось богатством внутренней отделки. Вся мебель и предметы интерьера создавались по индивидуальным чертежам. Для внутренней отделки помещений использовались многие ценные породы деревьев. В первое время своей эксплуатации (40–50 годы) судно было доступно для отдыха только небольшой группы лиц из правительственных кругов. Пассажировместимость судна составляла всего 52 человека. Скорость судна составляла всего 30 км/час.

Начиная с 60-х годов отдых на корабле «Максим Горький» стал доступен и для более широких масс населения. По выходным дням судно перевозило трудящихся на пляжи в Подмоскowie, а также обслуживало делегации министерств и ведомств, творческих коллек-

тивов. Позже судно эксплуатировалось как плавучий ресторан. В настоящее время судно планируется использовать как первый в Москве плавучий музей. Предполагается, что на нем будут организованы экскурсионные туры по шлюзам «Канала имени Москвы».

В конце 1950-х годов Сормовская судовой верфь спустила на воду первые в стране речные трёхпалубные дизель-электроходы «Ленин» (1958) и «Советский Союз» (1959) [4]. Суда выполняли транзитные и речные рейсы по Волге и пользовались большой популярностью. Пассажироместимость этих судов составила 440 человек, скорость передвижения 26 км/час. В обслуживании судна участвовал экипаж в составе 97 человек. «Советский Союз» совершал круизные рейсы из г. Горький в разных направлениях по реке Волга. С 1997 г. не эксплуатируется.

В советское время пользовались популярностью поездки и речные прогулки по Волге на знаменитых судах на подводных крыльях, таких как «Метеоры», «Ракеты» и «Восходы» и др. [5]. Различные модели судов на подводных крыльях разрабатывались в центральном конструкторском бюро по судам на подводных крыльях в г. Горький

Так, например, «Ракеты» могли развивать скорость до 60 км/час и брать на борт 64 человека. Эти суда предназначались для работы на пригородных и местных линиях на реках и водохранилищах протяженностью до 600км. Для повышения комфортности пассажиров на корме имелась открытая площадка для обзора. «Ракеты» активно эксплуатировались с 1957 года до середины 1970-х годов.

В 1960 году на воду был спущен первый «Метеор». Вместимость «Метеора» составляла 123 человека, он мог развивать скорость до 65 км/час, дальность хода составляла 600км. Эксплуатировать судно можно было на реках, озерах, прибрежных морских заводах. Для удобства пассажиров теплоход имел три салона, прогулочную палубу и бар-буфет [6]. «Метеоры» активно использовались в период с 1960 по 2006 годы и не только у нас в стране, но и за рубежом.

«Восходы» создавались для замены более старых судов на подводных крыльях – «Ракет» и «Метеоров» относятся ко второму поколению судов на подводных крыльях. Выпускались с 1973 по 1991 год. Эти суда предназначались для перевозок по рекам и водохранилищам. Многие «Восходы» использовались и используются до настоящего времени для водных прогулок и экскурсий. Например, сейчас они активно используются для однодневных экскурсий по озеру Байкал.

В 1971 г. на воду был спущен газотурбоход на воздушной подушке «Сормович». Он развивал скорость до 120 км/час, обладал способностью передвигаться не только по глубоководным рекам, но и

свободно преодолевал песчаные отмели и косы, форсировал небольшие речушки. Судно находилось в эксплуатации всего 2 навигации, затем было снято с использования ввиду многих технических проблем.

В сложный экономический период с 1990 по 2010 годы спрос на суда упал, их производство было практически приостановлено. Однако, в последние годы разрабатываются и выпускаются новые современные модели судов на подводных крыльях, на которые имеется спрос как у нас в стране, так и за рубежом.

Например, в 2019 году отправилось в свой первый рейс судно на подводных крыльях «Валдай 45Р». Скорость движения судна – 65 км/ч, вместимость пассажиров – 45 человек, дальность плавания – 400 км, экипаж – 2 человека [6]. В настоящее время «Валдай» совершает рейсы от Нижнего Новгорода до Городца и Макарьева. Предполагается его активное использование для организации водных прогулок, экскурсий.

Таким образом, инженерно-конструкторская мысль постоянно работает над совершенствованием транспортных средств, учитывает изменяющиеся потребности рекреантов, работает над созданием комфортных условий для отдыха и рекреации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асташина Н. И. Перспективы диверсификации сервисной деятельности при организации рекреационного природопользования // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 4 (9). С. 123–124.
2. Асташина Н. И., Асташин А. Е. Особо охраняемые природные территории Воротынского района Нижегородской области: перспективы рекреационного использования. Нижний Новгород. 2018.
3. Коварина Л. А., Асташина Н. И. Диверсификация деятельности аквапарков как условие их успешного развития // Географическая наука сквозь призму современности. Сб. статей по материалам XIII Межвузовской научно-практической конференции студентов в рамках XXVIII Моисеевских чтений «Н. Н. Моисеев о России в XI веке: глобальные риски, вызовы и решения», посвященной памяти академика Н. Н. Моисеева. Мининский университет. 2020. С. 46–49.
4. Нарусбаев А. А. Судостроение XXI век. Л., Судостроение. 1988. 144 с.
5. Зайцев Н. А., Маскалик А. И. Отечественные суда на подводных крыльях. Ленинград : Судостроение. 1967. 363 с.
6. Иконников В. В., Маскалик А. И. Особенности проектирования и конструкции судов на подводных крыльях. Л., Судостроение. 1987. 320 с.

Н. И. Асташина

к.п.н., доцент кафедры «Сервис»

А. С. Мочалина,

Н. В. Симаков

студенты 3 курса по направлению «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ДИЗАЙНЕРСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ГОСТИНИЦЫ

Насыщенность современного рынка услуг актуализирует поиск путей идентификации и узнаваемости, повышения конкурентоспособности предприятий сферы сервиса. Среди них выделяют: постоянное использование нововведений, работа по повышению профессиональной компетентности и клиенто-ориентированности персонала, диверсификация деятельности [2, с. 123], повышение качества продукции, реклама, формирование фирменного стиля предприятия и другие [5, с. 42].

Фирменный стиль – это комплекс приемов, которые обеспечивают общий образ абсолютно всем продуктам предприятия сервиса, улучшающих понимание и запоминаемость их покупателем, позволяющих сравнивать собственные продукты и деятельность с продуктами и деятельностью конкурентов, т. е. выполняет имиджевую, идентифицирующую и дифференцирующую функции.

Элементами фирменного стиля являются подбор графических, цветовых, словесных, звуковых, дизайнерских, типографических товаров или услуг, которые обладают зрительной и смысловой целостностью общей информации о предприятии, являются компонентами наружного и внутреннего дизайна [6, с. 208].

Рассмотрим возможности использования современных дизайнерских технологий для оформления интерьера гостиницы с целью формирования её фирменного стиля.

История использования стеклянных конструкций для оформления помещений начинается с создания витражей. Примерно в 3-м тысячелетии до н. э. сирийцы научились выдувать стекло. С тех пор витражи занимают почетное место среди других дизайнерских технологий.

Витраж (фр. *vitrage* – застекление, от лат. *vitrum* – стекло) – в общем значении: застеклённая поверхность стен, оконных или дверных проёмов; остеклённые ограждающие конструкции; в том числе с применением стёкол с картинами или цветными узорами [1].

Витраж в отличие от обычного оконного стекла не просто пропускает солнечный свет, но и окрашивает в различные цвета и оттенки. Яркий красочный образ из цветных стёкол создаёт внутри помещения особую атмосферу и оказывает сильное эмоциональное воздействие на человека [3].

Современные дизайнерские технологии предлагают использовать разнообразные конструкции из стекла для оформления интерьеров гостиницы (рисунки 1–2).



Рисунок 1 – Витражные перегородки и потолки



Рисунок 2 – Стеклолестницы и переходы в гостиницах

Например, предлагается оформлять облицовку стен, внутренних колонн здания, шахт лифтов и межэтажных пролетов, душевых кабин в номерах из закаленного стекла или путём триплексации (многослойное стекло). Имеется возможность использовать цветное и матовое стекло, стекло с рисунком. Большую популярность набирает фотопечать на стекле, т. к. позволяет воссоздать фактуру искусственного камня, выглядит не менее красиво, чем настоящий камень. При помощи УФ печати, переноса изображения или лазерной гравировки возможно нанести на стекло и любое изображение, узор или логотип [4]. Зеркальные панно в зоне ресепшн или стеклянные фартуки над столом в номере или в ресторане с использованием логотипа, фирменного цвета, фирменного набора шрифтов являются органичными элементами фирменного стиля.

Инновационные технологии создания различных изделий из стекла, их использование для оформления интерьеров набирают популярность. Они обеспечивают возможность формирования уникального фирменного стиля в гостиничном сервисе, повышают узнаваемость предприятия, его конкурентоспособность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аль-Нуман Л., Глазков А. Витраж в архитектуре. М., АМА-Пресс. 2006. 208 с.
2. Асташина Н. И. Перспективы диверсификации сервисной деятельности при организации рекреационного природопользования // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 4 (9). С. 123–124.
3. Власов В. Г. Витраж. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства. Т. II. СПб., Азбука-Классика. 2004.
4. Рагин В. Ч., Хиггинс М. К. Энциклопедия мирового искусства. Искусство витража: от истоков к современности. М., Белый город. 2004. 288 с.
5. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник для студентов высших уч. завед. М., Дашков и К. 2004. 364 с.
6. Савенкова И. В., Кульш М. И. Фирменный стиль – залог конкурентоспособности туристской организации // Проблемы и перспективы экономики и управления. Санкт-Петербург. Декабрь 2014 г. С. 208–212.
7. Аничкина О. А., Хомерики Н. Б., Кузьминов В. В. Маркетинговые и инновационные концепции, как факторы совершенствования процесса производства // Развитие промышленного потенциала в условиях импортозамещения: технологии менеджмента и маркетинга. 2017. С. 351–356.

А. Е. Асташин

к.г.н., доцент кафедры «Сервис»

Ю. Л. Разумовская,

А. О. Фока

студенты бакалавриата по направлению «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ р. п. Воротынец

ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, КАК ЗНАЧИМАЯ ЧАСТЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЯ «ШИШКИН МЫС» В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

На текущий момент наблюдается активный рост лиц, заинтересованных в туризме. В этом можно убедиться обратившись к данным, которые предоставляет Росстат. Так, в 2016 году в России было реализовано 1 529 000 турпакетов, а уже в 2018 – 1 635 000 [5].

Событийный туризм, как одно из направлений, также оценивается по достоинству. Само понятие «событийный туризм» понимается как весомая часть туризма, ориентированная на посещение конкретной дестинации в определенное время и приуроченная к какому-либо событию в жизни общества или сообщества [1].

Событийный туризм отличается большим количеством ярких и неповторимых моментов, его ресурс практически неисчерпаем. Каждый год организаторам событийных мероприятий приходят новые идеи, которые могут перейти из спонтанных в разряд мероприятий, которые проводятся с определенной периодичностью.

Фестивали – это одно из направлений событийного туризма, под ним подразумевается массовая, общественная, праздничная встреча, которая сопровождается демонстрацией достижений в каком-то из искусств. Фестивальный туризм достаточно многогранное и сложное явление, в котором переплетаются потребности и реальная деятельность людей, а также задействованы технические, экономические и природные ресурсы.

По масштабу проведения фестивали разделяют на международные, национальные и региональные. Однако несмотря на существующую классификацию не воспрещается интернациональный состав любого из фестивалей.

Не возникает сомнения, что фестивали являются довольно значимым туристическим ресурсом и положительно влияют на повы-

шение интереса к той или иной дестинации, на территории которой проводится фестиваль.

Важность решения вопросов рационального продвижения фестивального туризма не только приобрела глобальный масштаб, но и нашла отражение в политике ЮНЕСКО, программы которого направлены на обеспечение стабильного развития культурного, событийного и фестивального туризма [3].

Фестивальному туризму также присуща рекреационная направленность, она объясняется повышением внимания населения к собственному физическому и ментальному здоровью. Популяризация здорового образа жизни также является одним из приоритетных направлений политики государства, это закреплено Указом Президента от 7 мая 2018 года. Проект был разработан с целью дополнить усилия органов здравоохранения в санитарно-профилактической работе, делая акцент на привлечение молодежи в спортивно-оздоровительные мероприятия и распространение знаний о мероприятиях с рекреационной направленностью.

В Нижегородской области примером такого вида туризма является фестиваль «Шишкин мыс», который проводился в стенах Института транспорта, сервиса и туризма, входящего в структуру ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет», при поддержке Российской международной академии туризма. На базе Института транспорта, сервиса и туризма традиционно организуются тематические ПВД в формате экскурсий-квестов [6; 7], туристско-спортивных мероприятий [8]. Мероприятие проводилось 20 марта 2021 года и в нём были задействованы как студенты данного учебного заведения, так и его профессорско-преподавательский состав, также на фестивале присутствовали приглашенные спикеры.

Не стоит недооценивать важность поддержки и участия местного населения при организации фестивалей на выбранной территории. Это способствует передаче культурных ценностей, сплоченности и ощущения целостности принимающей стороны.

Туристский фестиваль проводился с целью привлечения молодежи к туризму, туристско-спортивной деятельности и проведению туристско-краеведческих мероприятий, а также с целью повышения уровня патриотического воспитания и развития здорового образа жизни среди молодежи. Также одной из первоочередных задач являлось повышение информированности молодежи о туристско-рекреационных объектах Нижегородской области и возможностях вовлечения их в туристский оборот.

В заключение следует еще раз подчеркнуть важность развития фестивального туризма, он является двигателем устойчивого экономи-

ческого роста, способствует созданию дополнительных рабочих мест, обеспечивает равенство во многих сферах общественной жизни, формирует общественные ценности, сохраняет культурную толерантность и т. д.

Благодаря рациональному развитию фестивального туризма возможно добиться миролюбивого и открытого общества, что, в свою очередь, активизирует устойчивое сообщение с представителями других стран для глобального партнёрства [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Воронина А. Б. Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. 2011. № 1. С. 161–172.
2. Левочкина Н. А. Фестивальная деятельность и региональный туризм // РППЭ. 2011. № 4. С. 390–399.
3. Стрембицкая Л. И. Факторы и перспективы устойчивого развития фестивального туризма // StudNet. 2021. Т. 4. № 1.
4. Стрембицкая Л. И. Фестивальный туризм как составляющая событийного туризма // StudNet. 2020. № 10. С. 91.
5. Туризм и туристические фирмы по данным Росстат // Статистика и показатели. Региональные и федеральные [Электронный ресурс]. URL: <https://rosinfostat.ru/turizm/> (дата обращения: 05.04.2021).
6. Самсонова Т. С., Корсунов Д. А., Петкогло И. Д., Асташин А. Е. Опыт реализации экскурсии-квеста «Остров мечты», как инновационного экскурсионного продукта // Географическая наука сквозь призму современности. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2019. С. 38–42.
7. Приходько В. Н., Шарова А. И., Гришанова К. А., Асташин А. Е. Опыт реализации экскурсии-квеста «К князю на блины», как инновационный экскурсионный продукт // Географическая наука сквозь призму современности. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2019. С. 43–48.
8. Фока А. О., Дюжакова А. С., Маркова Д. А., Асташин А. Е. Перспективы развития активного отдыха во время пандемии (на примере веревочного курса) // Орфановские чтения – 2020. Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина. 2021. С. 133–136.
9. Седова Н. В., Филатов А. С. Повышение эффективности управления региональными инвестиционными проектами // Региональная экономика. Юг России. 2020. Т. 8. № 3. С. 130–138.

Н. И. Асташина

к.п.н., доцент кафедры «Сервис»

С. И. Сиднева

студент 3 курса, направление подготовки «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Вортынец

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С МНОГОДЕТНЫМИ СЕМЬЯМИ

Многодетные семьи вносят значительный вклад в решение демографической проблемы современности, поэтому государство постоянно разрабатывает и реализует разнообразные меры, направленные на поддержку многодетных семей.

По определению федерального закона «О государственной поддержке многодетных семей» многодетной считается семья, которая имеет трех и более детей (в том числе пасынков и падчериц) в возрасте до 16 лет, а также в возрасте до 18 лет, при условии, что они обучаются в образовательных учреждениях, реализующих общеобразовательные программы [3].

Работа с многодетными семьями является одним из важнейших направлений работы всех форм социальной работы. В многодетных семьях находят отражение все социальные проблемы, которые характерны для современного общества, поэтому при организации работы с ней в применимы все виды технологий социальной работы.

Опираясь на исследования Ковалевой С. В., отметим воспитательные особенности родителей многодетных семей:

- родители при воспитании детей в основном опираются на интуицию;

- «курс на единообразие» – стремление рассматривать всех детей как единое целое и не замечать различий личностных характеристик между разновозрастными детьми в многодетной семье [2].

В связи с вышеизложенным актуализируется вопрос поиска и реализации технологий для работы с многодетными семьями, которые с одной стороны способствовали бы сплочению семьи, а с другой стороны, предоставляли возможности всем её членам для самореализации и развитию творческих способностей.

На наш взгляд, такими признаками обладают игровые технологии, в частности квест-игра.

Квест – в переводе означает поиски. Квест-игра требует от игроков выполнения заданий по сценарию, в которые вовлекаются отдельные игроки или команда. Задания представляют собой последовательные действия, в результате которых игроки должны прибыть в определенное место [1, с. 5].

Для решения поставленной задачи объединения семьи нами была разработана квест-игра под названием «Собери семью». Игра проводится в городском парке в летнее время. Для участия в игре приглашается несколько команд – многодетных семей.

Любая работа с многодетными семьями начинается с тщательного изучения особенностей каждой семьи. При составлении сценария квест-игры мы учитывали возрастную состав семей. Предусмотрели задания для детей разного возраста, а также общие задания, направленные на создание праздничной атмосферы, поднятия настроения.

План создания квест-игры:

- 1) определить основные цели и задачи квест-игры;
- 2) определить количество всех участников;
- 3) определить необходимое пространство для проведения квест-игры и необходимые ресурсы;
- 4) определить сюжет и форму квест-игры;
- 5) написание сценария.

Цель данного мероприятия: объединение опыта всех участников команд для достижения общей цели, преодоление возможных трудностей, сплочение семей, создание условий для самореализации всех членов семьи.

Подготовительный этап организации игры включает разработку заданий на станциях, с привязкой к местности, подготовку необходимого инвентаря, призов.

Каждая команда участников должна принести общую фотографию своей семьи, для изготовления индивидуального пазла, состоящего из 9 элементов. Каждый элемент пазла будет выдаваться семьям после выполнения заданий на станциях. В конечном итоге, все участвующие в игре семьи соберут общие фотографии своих семей.

Приведем примеры заданий для некоторых станций.

Замысловатый ребус. Смысл задания прост: каждый член семьи должен разгадать ребус, который он вытянет из общего мешочка с заданиями. Карточек в мешочке лежит ровно столько, сколько участников в определённой команде. Данная игра-задание отлично подходит как для детей, подростков, так и для взрослого возраста. Кроме

того, она предоставляет возможность для оказания взаимопомощи при разгадывании заданий.

Охота за шишками. На данной станции участникам команды будет предложено выполнить веселое и интересное подвижное задание. У каждого будут завязаны глаза и будет выдан пакет для сбора шишек. После команды, все участники (родители и дети) будут собирать рассыпанные шишки с земли. Задание подходит и для детей, и для родителей, потому что она активная, веселая и подвижная.

Третий лишний. Каждый участник вытягивает конвертик с тремя картинками, на которых изображены три предмета, один из которых «выпадает» из общего ряда. Задание подходит больше для маленьких детей, способствует развитию логического мышления, а также их самоутверждению в семье.

Таким образом, квест-игра «Собери семью» способствует сплочению всех семей, поддержанию дружеских отношений между всеми членами семей, развивает умение работать в команде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антюхина А. В. Игра как социально-исторический феномен: понятие, предпосылки, функции. Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Д. 2017. 16 с.
2. Ковалева С. В. Актуальные вопросы социогуманитарного знания : учебное пособие. Краснодар. Краснодарский педагогический университет. 2009. 156 с.
3. Федеральный закон от 17 ноября 1999 г. № 138 «О государственной поддержке многодетных семей» с изменениями от 14.06.2011.
4. Барменкова Н. А., Сибиряев А. С. Наукограды как инновационный ресурс развития регионов. 2019. 215 с.
5. Золин И. Е. Рынок труда в национальной экономике (теоретико-методологические аспекты) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. Т. 10. № 38 (275). С. 45–55.

И. А. Баранова

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

А. И. Барышникова

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО «БГУ им. ак. И. Г. Петровского», г. Брянск

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СЕРВИСА НА ПРИМЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПСИХОТЕРАПЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ: СРАВНЕНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

С началом второй волны пандемии COVID-19 в России спрос на услуги психологов и психотерапевтов вырос на 89 % по сравнению с 2019 годом [6]. Известно, что с 1 марта по 31 декабря 2020 года на московский телефон неотложной психологической помощи поступило около 70 тыс. звонков (что на 28 % больше, чем в 2019 г.). Причём чаще всего жалобы были связаны со стрессом, переживаниями о здоровье, конфликтами в отношениях, одиночеством [1]. Также стоит отметить, что пандемия стала катализатором многих психических расстройств не только у россиян, но и у зарубежных граждан: рост депрессий в этот период составил 36 % (в России) и 24,4 % (в США), в то время как рост тревожных расстройств: 24 и 28,2 % соответственно.

Эти данные наглядно демонстрируют факт роста спроса на психотерапевтические услуги за последние годы. В основном это связано с влиянием на людей пандемии COVID-19, однако, нельзя не отметить помимо этого и увеличение сознательности граждан. Так, по данным 2018 года стало известно, что лишь 1 % россиян в случае столкновения с трудной жизненной ситуацией обращались к психотерапевту, большая же часть российских граждан (66 %) искали поддержки и совета у родственников; 30 % – у друзей, 18 % – у любимого человека [2]. Если сопоставить эти данные с показателями 2019 и 2020 года, можно прийти к заключению, что помощи близких россиянам стало недостаточно, и в связи с этим они стали искать более квалифицированный и профессиональный её источник – и нашли его в психотерапевтических услугах.

Отсюда следует закономерный вывод о росте востребованности психотерапевтических услуг в России и за рубежом. Следствием этого является повышенная необходимость изучения и актуализации

этических аспектов предоставления подобного рода услуг: пропорционально спросу на них растёт и ответственность перед клиентами за качество и результат психотерапевтических сессий.

Результативность психотерапевтических услуг напрямую зависит от использования во время сеансов этических правил и норм, которые закреплены в Этических кодексах. На момент 2018 года в России было зарегистрировано 114 профессиональных организаций психологов и 56 из них в настоящий момент имеют свой Этический кодекс [5, с. 128].

Анализ этих кодексов показал, что все сообщества основаниями для своей психотерапевтической деятельности считают схожие принципы. Условно можно выделить несколько смысловых частей, присутствующих в каждом этическом кодексе:

1) принципы, описывающие основания личностной позиции психолога к клиенту: уважение, ответственность, честность;

2) принципы, регламентирующие профессиональную позицию психолога в отношениях с клиентами: компетентность, конфиденциальность, благополучие клиента;

3) принципы, регламентирующие деятельность психолога как представителя сообщества: отношения с коллегами, проявление себя в публичном пространстве, используемые в работе методы;

4) положения, связанные с нормативно-правовыми основами профессиональной деятельности психолога;

5) положения, отражающие непосредственно этический аспект деятельности: решение этических дилемм, нарушение этического кодекса.

Российские этические кодексы во многом схожи, но имеют различия в зависимости от специфики подхода, который используют специалисты конкретного общества. Например, Кодекс Российского психологического общества (РПО) (самое крупное в России) концентрирует внимание на личностной позиции психолога к клиенту.

В содержательном плане зарубежные Этические кодексы схожи с российскими: они также различаются спецификой подходов к терапии. Среди наиболее известных можно назвать Этический Кодекс Европейской Ассоциации Телесной Психотерапии, Этический кодекс Европейской ассоциации транзактного анализа.

Необходимо отметить, что наличие Этических кодексов, которые регламентируют деятельность психотерапевтов, определяя этические правила ведения сессий, не гарантирует выполнение прописанных в них норм. В России, например, до сих пор не существует до конца сформированного механизма контроля соблюдения психотера-

певтической этики, который включал бы в себя как этический аудит, так и систему санкций за их нарушение. В то же время за рубежом, в США, управлением этическим режимом занимаются специальные федеральные агентства. Соблюдение этических норм здесь контролируется путём создания Институциональных наблюдательных советов в научно-исследовательских и учебных организациях [4, с. 116].

Таким образом, выполнение этических норм в России возложено «на совесть» специалистов. Такая ситуация имеет свои последствия. Так, особенно показательным является исследование, в рамках которого среди 217 психологов-консультантов и психотерапевтов был проведён онлайн-опрос, нацеленный на то, чтобы оценить их установки и убеждения по ряду этических вопросов [3, с. 88]. Результаты показали, что пятая часть опрошенных специалистов осуществляют свою деятельность, не имея высшего психологического образования. 40 % опрошиваемых не прошли углубленной подготовки в одном из психотерапевтических подходов (иными словами, практикуют «наугад», либо же основываясь на самообучении).

Более того, исследование показало, что 45,6 % опрошиваемых респондентов в своей практике придерживаются «этически спорных» убеждений – это свидетельствует о том, что их консультации могут оказать сомнительный и разрушительный эффект на клиента, ведь основываются не на моральных установках, а на личном мнении самого консультирующего, далёком от общепринятой этики.

Следующее существенное отличие отечественной и зарубежной психологической этики: масштаб деятельности сообществ. Как уже отмечалось выше, в России наибольшую популярность имеет РПО, включающее в себя около 5000 членов. Для сравнения, Европейская Федерация Психологических ассоциаций включает в себя приблизительно 300 тысяч специалистов. Эти данные наглядно иллюстрируют факт, что административные, издательские, а также финансовые возможности у зарубежных сообществ во много раз выше, чем у российских.

Последнее ключевое отличие российской психологической этики от зарубежной: частота и доступность санкций. За рубежом соблюдение психотерапевтической этики у специалистов подкрепляется рядом моментов: финансовыми соображениями, стремлением избежать отрицательных отзывов в Интернете, официальных претензий, судебных исков, обращений в этический комитет. Случаи же обращений в российские этические комитеты единичны, в основном по причине того, что клиенты просто не знают об их существовании. По итогу российские психотерапевты действуют в условиях минимальной

социальной ответственности: вероятное этическое нарушение не влечёт за собой никаких правовых санкций (хотя теоретически они предусмотрены РПО), специалисты об этом знают и пользуются. Отсюда следует проблема снижения качества психотерапевтических услуг, которая в условиях ежегодно растущего спроса приобретает особую остроту для российских реалий.

Таким образом, сравнение отечественного и зарубежного опыта предоставления психотерапевтических услуг показало, что соблюдение этических норм российскими специалистами остаётся неудовлетворительным, и на то есть ряд причин: отсутствие нормативно-правовой регуляции и контроля соблюдения этических принципов психотерапевтами в своей деятельности, недостатки в аудиторских проверках (допускают ведение психотерапевтической деятельности без наличия достаточного образования), проблемы функционирования профессиональных сообществ (которые, наряду с законом, не оказывают должного воздействия на добросовестность своих членов), недостаточность как профессионального, так и этического образования специалистов.

Все перечисленные проблемы приводят к несоблюдению этических принципов при предоставлении психотерапевтических услуг. Это, в свою очередь, существенным образом сказывается на их результативности. Отсюда следует вывод, что этический аспект в сервисе, в частности, при предоставлении психотерапевтических услуг, играет большую роль в восприятии клиентами качества проводимых сессий, влияет на серьёзность и тщательность подхода специалистов к своей работе, уровень их профессионализма и компетентности. Чем больше внимания уделяется этическому аспекту проведения сессий, тем меньше вероятность совершения фатальных ошибок, которые в конечном итоге повлияют на совокупный эффект от терапии, скажутся на жизни клиента. Контроль этого аспекта качества – общая задача как специализированных контролирующих органов, этических комитетов, так и самих психотерапевтов (а также клиентов, которые в случае предоставления услуг ненадлежащего качества, несоблюдения специалистом этических принципов, смогут пожаловаться в контролирующие органы, оставить честные отзывы в Интернете, иными способами защитить своё право на получение качественных психотерапевтических услуг).

ЛИТЕРАТУРА

1. Батманова А. Врачи зафиксировали рост обращений россиян к психологам на фоне пандемии [Электронный ресурс] // РБК: [сайт]. 2020. URL: <https://www.rbc.ru/society/24/02/2021/6035b9ef9a7947e8b47a5afa> (дата обращения: 28.03.2021).
2. ВЦИОМ: всего 1 % россиян обращается в трудной ситуации за помощью к психотерапевту [Электронный ресурс] // ТАСС [сайт]. 2018. URL: <https://tass.ru/obschestvo/5876987> (дата обращения: 29.03.2021).
3. Гаранян Н. Г., Захарова Ю. В., Сорокова М. Г. Этические установки российских психологов-консультантов: область разногласий и потенциальных конфликтов // Консультативная психология и психотерапия. 2020. Т. 28. № 1. С. 87–112.
4. Ключева Н. В., Армашова А. Б. Основные проблемы этической составляющей профессиональной деятельности психолога-консультанта в современной России // Педагогический ИМИДЖ. 2016. № 4 (33). С.115–122.
5. Ключева Н. В., Армашова А. Б., Руновская Е. Г. Этические принципы в психологическом консультировании // II Международная конференция по консультативной психологии и психотерапии, посвященная памяти Федора Ефимовича Василюка. 2020. С. 128–131.
6. Россияне стали вдвое больше обращаться к психологам // Известия. 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://iz.ru/1084248/2020-11-09/rossiiane-stali-vdvoe-bolshe-obrashchatsia-k-psikhologam> (дата обращения: 28.03.2021).
7. Кузнецова А. А. Менеджмент организации: внешние факторы успешности и удовлетворенности профессиональной деятельностью // Вестник НГИЭИ. 2019. № 2 (93). С. 109–118.

УДК 332.146.2

И. А. Баранова

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

И. В. Калиничева

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО «БГУ им. ак. И. Г. Петровского», г. Брянск

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие сферы туризма для Брянской области является перспективным и актуальным направлением, а также экономически необходимой составляющей бюджета региона и его социально-экономическим развитием. Изучение и анализ данной деятельности является важным не только для приезжающих, но и также для местных жителей, так как многие люди не владеют информацией о тех местах и достопримечательностях, которые являются неотъемлемой частью области. Стоит отметить, что Брянская область имеет выгодное географическое положение, позволяющее стать региону одним из популярных туристических городов. Для лучшего понимания состояния туристской деятельности Брянской области необходимо изучить ее уже имеющийся потенциал.

В настоящее время туризм развивается в рамках областной целевой программы «Молодежь Брянщины» Данная программа включает в себя несколько направлений [4]:

1. Рекламно-информационное обеспечение сферы туризма.
2. Организацию социального туризма.
3. Развитие и продвижение новых видов туризма, из них выделяют экологический, религиозный, конгрессный, деловой, культурно-познавательный, этнографический и другие виды туризма.
4. Проведение областных конкурсов в сфере туризма.

На территории Брянской области располагаются более четырех тысяч памятников истории и культуры. Одной из главных привлекающих черт города является его партизанское прошлое времен Великой Отечественной войны. А часто посещаемыми местами являются мемориальные комплексы «Партизанская поляна», «Стоянка Бежицкого объединенного партизанского отряда имени А. И. Виноградова» и «Хацунь» [3; 4].

Также религиозная туристская деятельность является одной из ведущих областей туризма. Старинная архитектура церквей и храмов интересна как жителям области, так и приезжающим. По данным Правительства Брянской области в регионе насчитывается 32 памятника церковного зодчества, которые имеют общероссийское значение и 35 памятников архитектурного значения, которые имеют федеральное значение. А общее количество церковного зодчества включает 173 храма, 9 монастырских комплекса; и 1082 памятника истории. Паломнический и религиозный туризм привлекает в Брянскую область ежегодно более 130 тыс. туристов [2, с. 340].

Перспективным направлением развития туризма является также оздоровление и поддержание (профилактика) здоровья, и активный туризм. Так, регион имеет 25 действующих санаториев, пансионатов и оздоровительных лагерей; 4 санатория-профилактория с общей вместимостью 242 человека; санаторий «Мать и дитя»; 20 баз отдыха, 1 туристическую базу на 484 места; а также 80 гостиничных комплексов [1, с. 516]. Наиболее популярными являются санаторий «Жуковский», Белобережский детский санаторий, санаторий-профилакторий «Салынь», а также медицинский центр города Жуковки [3]. Этому способствует наличие таких природных объектов, как реки, озера, леса, гидроминеральные месторождения.

Богатство региона природными ресурсами позволяет развивать экологический туризм. Так, ежегодно природный заповедник «Брянский лес» посещают более 7 тыс. туристов. А в 2017 году был открыт экологический образовательный центр «Брянское подворье» в селе Белогорщ, который предлагает экскурсии по животноводческому комплексу и на пасеку, различные мастер-классы по народному творчеству, посещение Храма в честь Покрова Пресвятой Богородицы, а также программы по проведению семейного отдыха. А конноспортивные клубы «Журавка» и «Фарт» проводит экскурсии ознакомительного характера, прогулки на лошадях и предлагает натуральные фермерские продукты, обучение верховой езде, организует конное сопровождение праздничных мероприятий. А также «Фарт» предоставляет услуги проживания в летнем доме на берегу реки. Также для семейного загородного отдыха является привлекательным парк-отель «Салынь» [3].

Сельский туризм наиболее развит в селе Кокино. Здесь создано «Кокинское ожерелье», которое включает 34 туристских маршрута различной направленности [3].

Основную часть посетителей региона привлекают проводимые на территории различные слеты, фестивали, форумы и соревнования, например фестиваль этнической культуры «Этнофест», привлекающий

более 8 тыс. человек. А самым массовым праздником является «Свенская ярмарка», который является отражением гастрономического туризма. С 2016 года традиционно в Вербное воскресенье проводится фестиваль постной кухни. Ежегодно привлекает туристов праздник, посвященный творчеству Ф. И. Тютчева в музее-заповеднике «Овстуг» [3]. В соответствии с ежегодным ведомственным мониторингом Брянскую область с экскурсионными целями в выходные дни и дни школьных каникул посещают около 2550 детей из соседних регионов.

Таким образом, Брянская область имеет хорошие перспективы в развитии туризма. Основными недостатками в этой сфере, которые мешают продвижению региона на туристский рынок, являются недостаточная информированность о достопримечательностях, связанная с отсутствием популяризации сайта с достоверной информацией и приоритетных экскурсионных маршрутах. Несоответствие сферы обслуживания современным стандартам, связанное с низким уровнем подготовки кадров, занятых в данной сфере. А также отсутствие достаточного количества парковочных зон и зон отдыха (в том числе игровых площадок, соответствующих новым стандартам безопасности), магазинов с сувенирной продукцией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Привалова М. В., Баранова И. А. Анализ доходов и расходов в туризме: отечественный и зарубежный опыт // Экономика и региональное управление. Брянск, 06–07 декабря 2017 года. Брянск : Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского, 2017. С. 515–520.
2. Савинова Е. А. Динамика социально-экономических индикаторов качества жизни населения Брянской области // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса. Брянск, 05–06 марта 2020 года. Брянск: Брянский государственный аграрный университет. 2020. С. 337–342.
3. Стратегия развития туристического кластера на территории Брянской области на 2020–2024 годы: проект. 2020 [Электронный ресурс], URL: <https://мойбизнес32.рф/upload/iblock/64e/64e7b1b707869a6054271835e1014388.pdf> (дата обращения 30.03.2021).
4. Туризм // Правительство Брянской области, 2017 [Электронный ресурс], URL: <http://www.bryanskobl.ru/economy-forecast-until-2016/tourism> (дата обращения 29.03.2021).
5. Клюева Ю. С., Конова В. В. Актуальные аспекты оценки и формирования клиентоориентированности персонала гостинично-ресторанного комплекса // Вестник НГИЭИ. 2019. № 11 (102). С. 67–78.

Е. А. Васильева

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

А. Фока

студентка 3-го курса бакалавриата по направлению «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ

Рынок инноваций в области товаров и услуг в последнее время стал свидетелем большого разнообразия. Выражение «новый продукт» или инновация используется очень широко. Под этим термином понимаются либо новые продукты (так сказать, «немного модернизированные старые»), либо своего рода инновации «открытий», раскрывающие принципиально новые пути удовлетворения конкретных потребностей клиентов. Появление качественно новых видов товаров и услуг делает компанию более конкурентоспособной в рыночной экономике [1]. Это особенно актуально в сфере социально-культурных услуг, где рыночные колебания сказываются наиболее ярко.

Для того, чтобы быть заметным в рыночных условиях, предприятию необходимо обеспечить разнообразие своей продукции (в сфере услуг – широкий ассортимент услуг) и, по возможности, внедрение инноваций в своей деятельности. Следовательно, данный процесс будет напрямую отражаться в товарной политике компании, а также ассортиментной политике. Таким образом, необходимо учитывать новые веяния техники и технологии при формировании перечня оказываемых услуг в сфере сервиса и туризма.

В связи с вышеизложенным можно признать, что проблемы внедрения инноваций с точки зрения формирования грамотной товарной (продуктовой) политики в сфере социокультурного сервиса весьма актуальны в наше время.

Целью нашего исследования было изучение основных проблем процесса формирования маркетинговых инноваций и практических направлений реализации продуктовой политики компании. Поставленная цель предопределила перечень поставленных и впоследствии решенных нами задач: дать понятие инновации и составить классификацию ее видов, определить особенности ее составляющих и

их влияние на качество услуги; привести примеры нововведений в социокультурном сервисе.

Предмет исследования – инновации в социально-культурном сервисе.

Сфера инноваций как комплексное понятие охватывает как практическую реализацию разного рода разработок и изобретений (в первую очередь, научного и технического характера), так и изменения в самом продукте (товаре или услуге) или процессах производства и оказания услуг, а также отдельных сферах, косвенно влияющих на формирование инноваций (например, маркетинге фирмы, организации деятельности и проч.). Сами инновации здесь играют роль своего рода изменений в результате такой деятельности и воплощаются в виде указанного ранее нового или улучшенного старого продукта (товара, услуги, процесса, подхода и т. п.).

Иными словами, в сфере сервиса инновация – это новый продукт, новое явление, процесс, подход, цель которого – привлечь интерес постоянного или нового клиента, удовлетворить его потребности и одновременно принести доход компании.

Реализация данных примеров на практике предполагает необходимость целостного компетентностного подхода к пониманию важности инноваций в товарной политике в сфере сервиса. Это также подразумевает потребность в инновациях, таких как способность разрабатывать и предлагать новые продукты – ключевое условие для сохранения конкурентоспособности фирмы. А ее способность постоянно вводить новшества и эффективно управлять этими процессами считается основой ее деловой активности.

Факторы, определяющие развитие инноваций на предприятии, представлены на рисунке 1.

Сегодня в сфере услуг развитие инноваций рассматривается сегодня как одно из основных условий работы предприятий. Потребности человека с одной стороны – безграничны, с другой стороны – ограничены ресурсы для оказания услуг. Поэтому инновационное развитие – единственный путь к росту фирм в сфере сервиса, которое может стать конкурентным преимуществом и элементом позиционирования компании на рынке.

Поэтому нами было проведено маркетинговое исследование инноваций в сфере товарной политики в области социокультурного сервиса, благодаря которому мы узнали, как инновации могут влиять на деятельность фирм в сфере сервиса (рисунок 2).

Факторы, определяющие инновационное развитие:

Рыночная конъюнктура и конкуренция (как на внутреннем, так и внешних рынках);

Среда (уровень развития науки и техники, законодательная и нормативная база, политическая и экономическая стабильность);

Кадры (ученые, специалисты, предприниматели, менеджеры, политические деятели, государственные служащие);

Ресурсы (природные, производственные, финансовые, научно-технические, технологические, инфраструктура).

Рисунок 1 – Факторы, определяющие развитие инноваций в сфере сервиса

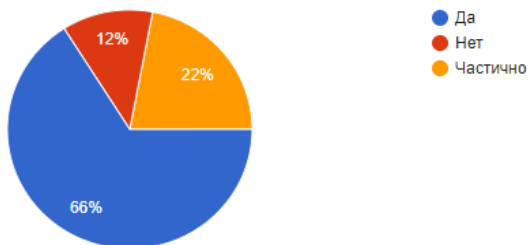


Рисунок 2 – Готовность предпринимателей внедрять инновации в сфере товарной политики

Так, мы узнали, что 66 % предпринимателей готовы осваивать инновации, 22 % частично готовы, а 12 % пока не готовы.

Для всех из них необходима государственная поддержка, так как самостоятельное освоение высоких технологий в сервисе не имеет больших перспектив. Но в первую очередь внимание нужно уделять тем 66 % (то есть две трети рынка), что полностью готовы их осваивать. Остальным необходимо подготовить базу для реализации инноваций.

В заключение следует сказать, что поддержка внедрения инноваций в товарной политике предприятий социокультурного серви-

са благоприятно сказывается на удовлетворенности потребителей, жителей страны в целом в условиях развития сервисной экономики. По этой причине этим вопросам следует уделять большое внимание.

ЛИТЕРАТУРА

1. Водин Д. В. Товарная политика и её эффективное применение для инновационного развития предприятий // Проблемы и перспективы экономики и управления. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г. СПб. : Свое издательство, 2016. С. 36–39.
2. Арженовский И. В., Дахин А. В., Спаубек Й. Некоторые особенности организации инновационных предприятий // Вестник НГИЭИ. 2019. № 7 (98). С. 67–77.
3. Задимидченко А. М. Развитие инвестиционной деятельности регионов России в условиях импортозамещения // Развитие экономики и предпринимательства в условиях экономических стратегий импортозамещения. 2015. С. 45–47.

И. Г. Генералов

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

Л. А. Коварина

студентка 4-го курса направления «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

АНАЛИЗ НОМЕРНОГО ФОНДА В МБУ ДООЦ «ВОЛЖСКИЙ БЕРЕГ» ВОРОТЫНСКОГО РАЙОНА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие системы отдыха и оздоровления детей рассматривается как неперенный атрибут социальной политики в отношении детей в Российской Федерации. ФЗ «Об образовании в РФ» определяет летнее детское учреждение как «детское оздоровительно-образовательное учреждение» в сфере летнего детского отдыха [1].

Развитие системы отдыха и оздоровления детей является одним из основных направлений государственной политики и рассматривается как неперенный атрибут социальной политики в отношении детей в Российской Федерации. Современная ситуация требует более глубокого и структурированного подхода к организации отдыха и оздоровления детей, так как претерпел качественные изменения образовательный, культурный и нравственный уровень развития детей; остается высоким количество социально не защищенных категорий детей; социально-экономическое положение многих семей не позволяет самостоятельно организовать их отдых и оздоровление.

МБУ ДО ДООЦ «Волжский берег» осуществляет свою деятельность с 29.11.2010 и располагается по адресу: 606271, Нижегородская обл., село Сомовка, район Воротынский, улица Приволжская, 16.

Для реализации поставленных задач привлечены многочисленные службы и должностные лица, обеспечивающие функционирование детского оздоровительно-образовательного центра, которые представлены в организационной структуре (рисунок 1).

Общие сведения о технических характеристиках, которые формируют условия размещения детей и подростков представлены в таблице 1.

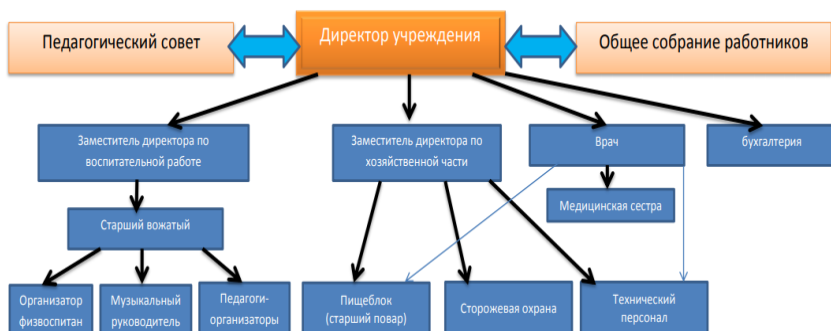


Рисунок 1 – Структура МБУ ДО ДООЦ «Волжский берег»

Таблица 1 – Сведения об условиях размещения детей и подростков

Номер спального помещения	Площадь спального помещения, м ²	Количество коек, шт.
№ 1	49,3	11
№ 2	17,3	4
№ 3	16	4
№ 4	16,6	4
№ 5	51,2	11
№ 6	16	4
№ 7	16	4
№ 8	16	4
№ 9	16	4
№ 10	16	4
№ 11	16,6	4
№ 12	35,8	9
№ 13	33,1	8
№ 14	15,4	3
№ 15	15,4	3
№ 16	16	4
№ 17	16	4

Номерной фонд в исследуемой организации составляет 17 ед. При этом их можно группировать по площади спального помещения в три группы (таблица 2):

1. 15,4–27,3 м²;
2. 27,3–39,2 м²;
3. 39,2–51,2 м².

Таблица 2 – Группировка номерного фонда по площади спального помещения

Группы	Площадь спального помещения, м ²	Количество номеров, шт.	Количество коек, шт.
15,4–27,3	209,3	13	50
27,3–39,2	68,9	2	17
39,2–51,2	100,5	2	22
Итого	378,7	17	89

Суммарная площадь спального помещения первой группы составляет 209,3 м² при количестве коек в 50 шт.; второй группы составляет 68,93 м² при количестве коек в 17 шт.; третьей группы составляет 100,5 м² при количестве коек в 22 шт. Распределение номеров по группам представлено на рисунке 2.

Количество номеров, шт.

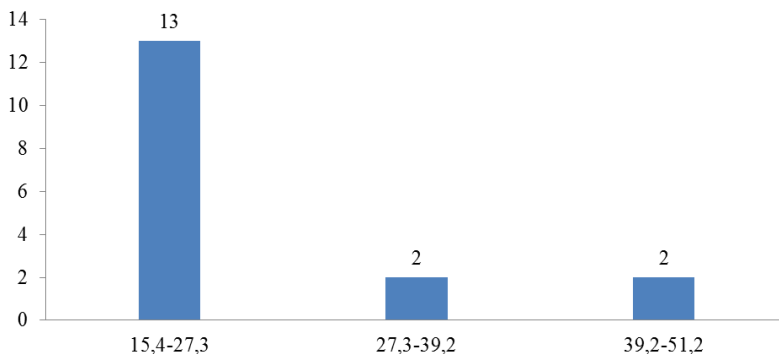
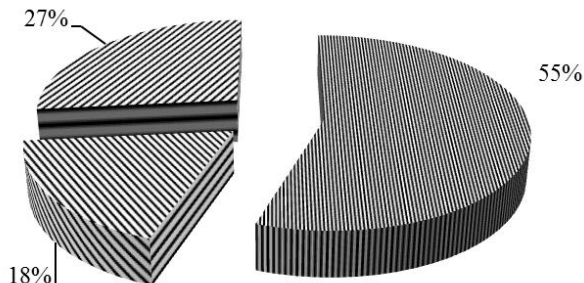


Рисунок 2 – Распределение номерного фонда по площади спального помещения

Первая группа насчитывает 13 номеров, вторая – 2 и третья – 2 номера. На рисунке 3 представлена структура площади спального помещения.



№ 15,4-27,3

№ 27,3-39,2

№ 39,2-51,2

Рисунок 3 – Структура площади спального помещения, %

Наибольший удельный вес в структуре площади спального помещения на группу номеров от 15,4–27,3 м² – 55 %. Удельный вес группы от 39,2–51,2 м² – 27 %. Наименьший удельный вес в структуре составляет группа от 27,3–39,2 м² площади спального помещения – 18 %.

Деятельность детских центров в первую очередь зависит от такого фактора, как структура и эффективность использования номерного фонда, что отражается на стоимости проживания для потребителя, на затратах для поставщика услуги и в конечном итоге на формирование прибыли предприятия гостиничного сектора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ.
2. Ходукина А. К., Борченко И. Д. Опыт государственно-общественного управления в образовательной организации // Интеграция методической (научно-методической) работы и системы повышения квалификации кадров. 2016. С. 11–16.

И. Г. Генералов

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

С. П. Спиридонова

студентка 2-го курса направления «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

КЛЮЧЕВЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВОРОТЫНСКОГО КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ

В современном мире музею всё сложнее найти свое место и своего потенциального потребителя. Это ведет к необходимости использования гибких и мобильных подходов к его управлению, ориентированные на последние достижения научно-технического прогресса в этой отрасли. Музейное дело становится динамично развивающимся направлением, которое стоит на стыке различных отраслей науки, искусства и культуры, а также бизнеса. Последние изменения в законодательстве открыли перед музеями перспективы перехода на современные модели хозяйственной деятельности [2].

Одним из перспективных направлений современного менеджмента является реализация процессного подхода к управлению организацией. Понимание его сущности, умение выделить ключевые бизнес-процессы организации, и последующее управление ими – важнейшее требование к современному менеджеру, в том числе и музейному.

Сегодня все большее распространение получают такие современные средства графического описания процессов (IDEF0, IDEF3, DFD, ARIS и др.).

Для рассмотрения деятельности Воротынского краеведческого музея мы использовали стандарт IDEF0.

Входами для реализации процесса служат:

- посетители;
- экспозиции;
- контент сайта;
- реставрационные документы.

Выходами для реализации процесса служат:

- данные о посетителях;
- данные об экспозициях;
- экспонаты;
- краеведческие материалы.

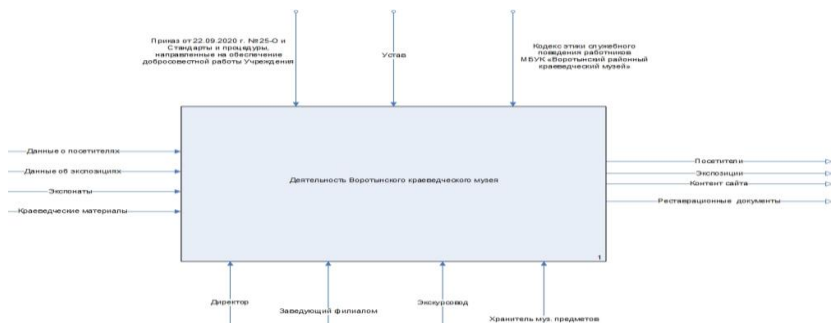


Рисунок 1 – Контекстная диаграмма бизнес-процесса «Деятельность Воротынского краеведческого музея» в методологии IDEF0

Механизмами являются:

- директор;
- заведующий филиалом;
- экскурсовод;
- хранительных музейных предметов.

Стрелки управляющего воздействия:

- приказ от 22.09.2020 г. № 25-О и Стандарты и процедуры, направленные на обеспечение добросовестной работы Учреждения;
- устав;
- кодекс этики служебного поведения работников МБУК «Воротынский районный краеведческий музей»

Рассмотрим декомпозицию этого бизнес-процесса на рисунке 2.

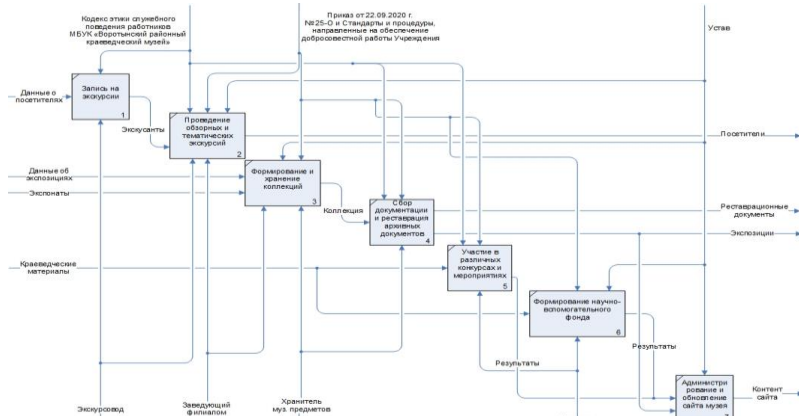


Рисунок 2 – Декомпозиция бизнес-процесса «Деятельность Воротынского краеведческого музея»

Деятельность Воротынского краеведческого музея в нотации IDEF0 можно разложить на следующие взаимосвязанные подпроцессы:

- запись на экскурсию;
- проведение обзорных и тематических экскурсий;
- формирование и хранение коллекций;
- сбор документации и реставрация архивных документов;
- участие в различных конкурсах и мероприятиях;
- формирование научно-вспомогательного фонда;
- администрирования и обновления сайта музея.

Потенциальные посетители записываются на экскурсии. Когда группа набирается, то для экскурсантов проводятся обзорные и тематические экскурсии.

Собирая экспонаты и данные о них, музей формирует, пополняет и хранит коллекции. Далее, если экспонаты повреждены, то проводится их реставрация. После этого музей может проводить выставку. Для реализации экскурсий музей изучает и собирает краеведческие материалы, благодаря которым может позволить себе участие в различных конкурсах и мероприятиях, а также формировать научно-вспомогательный фонд. Результаты исследования краеведческих материалов и участия в конкурсах фиксируются на сайте музея.

Таким образом, нами были выделены ключевые бизнес-процессы в Воротынском краеведческом музее с помощью нотации IDEF0, а также определить проблемы в формировании научно-вспомогательного фонда и контента сайта. Поэтому дальнейшие перспективы нашего научного исследования будут заключаться в детальном изучении таких подпроцессов, как и «Формирование научно-вспомогательного фонда» и «Администрирования и обновления сайта музея» и последующей разработки управленческих решений с целью повышения их эффективности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ливанцова С. Ю. Возникновение и развитие музейного менеджмента как составной части управления музеем // Жизнь земли. 2015. Т. 37. С. 268–278.

2. Процессный подход к управлению образовательной организацией [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studme.org/>

И. Г. Генералов

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

Я. А. Шкляева

студентка 2-го курса направления «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

В настоящее время гостиничное дело быстро развивается и приносит большие прибыли в федеральный бюджет, что способствует росту количества отелей и гостиниц. Вследствие этого в данной индустрии наблюдается высокая конкуренция [1, с. 4]. Инновационные идеи, современные технологии, квалифицированные специалисты, высокий уровень сервиса – все это способствует формированию лидирующих позиций гостинице среди конкурентов.

Немаловажную роль в сохранении позиций в сфере гостеприимства играет правильное управление гостиничным предприятием.

Управление гостиничным предприятием – важный вид профессиональной экономической деятельности, направленной на поддержание конкурентных позиций через рациональную организацию материальных, трудовых, информационных ресурсов с применением принципов, функций и методов управления.

Остановимся на трудовых ресурсах сферы гостеприимства. Для достижения цели превосходства среди конкурентов и получения прибыли, в первую очередь стоит обратить внимание на управление персоналом гостиницы. От выполнения своих обязанностей специалистами зависит уровень предоставляемого сервиса всей гостиницы. Для достижения результата, необходимо повышать желание работников выполнять свои обязанности путем предоставления комфортных условий труда, безопасности, мотивацией и развитием [2].

Не только деньги способствуют хорошему выполнению человеком своей работы. Этому способствуют желание человека набраться опыта, возможность саморазвития, повышения своего внутреннего статуса [3, с. 134].

Поэтому важно создавать сотруднику благоприятные условия в предприятии, в которых он мог бы получить силы и навыки для дальнейшего качественного выполнения рабочих обязанностей.

Мотивация сотрудников является одним из самых главных вопросов руководителей и менеджеров по персоналу. Мотивировать сотрудника значит затронуть его интересы и желания.

Положительная мотивация персонала труда персонала гостиничного предприятия является мощным резервом повышения производительности и качества [4, с. 135].

Теория гласит о существовании двух видов мотивации персонала: материальная и нематериальная. К первому виду относятся организация оплаты труда, основанная на результатах; премии, за наиболее эффективное выполнение работы; дополнительная доплата за работу в ночное время. Нематериальная мотивация включает в себя бесплатное или недорогое питание; участие в тренингах, отраслевых конференциях; корпоративные мероприятия; конкурсы профессионального мастерства [5, с. 89].

Процесс стимулирования труда заключается в формировании материальных и духовных интересов и мотивов сотрудников, использовании стимулов труда, соответствующих этим интересам с целью формирования устойчивых мотивов трудовой деятельности [6, с. 39]. Основные функции стимулирования представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Основные функции стимулирования персонала [7, с. 75]

Экономическая функция повышает качество производимой услуги.

Социальная функция формирует социальную структуру внутри предприятия за счет различия доходов сотрудников, их должностей.

Нравственная функция несет в себе формирование проактивной жизненной позиции, а также формирование высоконравственной и высокоморальной среды в коллективе [8, с. 237].

Таким образом, для повышения эффективности работы гостиницы для получения большей прибыли и сохранения позиций среди конкурентов необходимо правильно управлять трудовыми ресурсами предприятия. От правильной работы сотрудников зависит качество производимых услуг, и как следствие спрос клиентов. Сотрудники должны получать все необходимые материальные и нематериальные условия для эффективного выполнения своих должностных обязанностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Айгистова Я. М., Зайцева Н. А. Управление процессом внедрения дополнительных услуг в гостиницах // Без границ: Продвижение туристского потенциала Калининградской области на российском и зарубежных туристских рынках. Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта. 2017. С. 4–12.
2. Мкртчян А. В. Стратегическое управление персоналом в системе стратегического управления на предприятиях гостиничной индустрии // Стратегическое изменение в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора. Казань : РУСАЙНС, 2018. С. 361–367.
3. Головачик Н. Н. Конкурсы профессионального мастерства, как один из способов нематериальной мотивации сотрудников отелей // Стратегическое изменение в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора. Казань : РУСАЙНС. 2018. С. 133–141.
4. Рабаданова К. А. Достижение качества в сфере обслуживания, как важная задача в Российском гостиничном хозяйстве // Перспективное развитие науки, техники и технологий. 2013. С. 132–136.
5. Сибирцева А. С., Солянкина А. А., Суворова И. Н. Разработка мотивационных программ для работников гостиницы с целью увеличения объемов продаж гостиничных услуг // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 2. С. 86–92.
6. Маслова В. М. Управление персоналом : Учебник и практикум. М. : Юрайт, 2019. 431 с.
7. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика. М. : Альпина Паблишерз, 2018. 149 с.
8. Ян К. В., Лымарева О. А. Системы мотивации и стимулирования трудовой деятельности в организациях гостиничной сферы // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 12. С. 236–239.
9. Бурковский П. В., Яни А. В. Механизмы проявления закона стоимости на современном этапе развития производительных сил и производственных отношений // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 8 (50). С. 5–9.

М. Гутникова

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

М. Р. Митракова

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО БГУ им. И. Г. Петровского, г. Брянск

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Энергоэффективность стала главным приоритетом для многих европейских компаний по производству строительных материалов, а также компаний, занимающихся поставками различных жилищно-коммунальных ресурсов. Основной целью развития новых технологий является снижение потребления энергии, тепла и воды при одновременном повышении комфорта и качества жизни населения. В последнее десятилетие существует такое понятие как «умный дом», то есть дом, оснащенный всеми новейшими технологиями, при планировке которого используются различные инновации в строительстве, со многими функциями автоматизации [1, с. 28].

С развитием информационных технологий появились автоматизированные системы коммерческого учета энергоресурсов (АСКУЭ). Эти системы позволяют объединять данные с различных счетчиков, приборов учета или целых систем, таких как «умные дома» [3, с. 55].

Все поступающие данные обрабатываются централизованно на сервере и используются соответственно для расчета количества энергоресурсов, необходимых для любого масштаба: региона, города, области и страны. Одной из необходимых функций является точный и персонализированный расчет ежемесячного потребления энергии. Многие автоматизированные системы управления имеют встроенные возможности прогнозирования потребления по времени суток и сезону года. Постоянное и своевременное учетное использование АСКУЭ также способствует снижению расходов на общедомовые нужды в МКД [2, с. 5].

За рубежом обслуживающие предприятия, были организованы принципиально иначе, чем на постсоветском пространстве, и они давно научились повышать эффективность за счет стимулирования экономических инноваций в жилищно-коммунальном хозяйстве. Внедре-

ние новых технологий поощряется за счет льготных кредитов и налогов.

В Соединенных Штатах коммунальный сектор полностью находится в ведении штатов, и его географические, природные и инфраструктурные условия очень различны. Так, например, во Флориде газификации фактически нет, там всячески пытаются экономить электроэнергию, а в некоторых южных штатах вообще нет системы отопления. Менеджеры американских управляющих компаний – профессионалы своего дела. Их задача – координировать работу индивидуальных подрядчиков, так как разные компании занимаются ремонтом приборов учета или заменой насосов.

В целях экономии американские коммунальные предприятия предпочитают роботов дешевой рабочей силе. Роботы-снегоочистители, обнаруженные на улицах американских городов, работают автономно и выполняют задачи без вмешательства человека.

Когда дело доходит до внедрения изобретений в повседневную жизнь, страна Восходящего Солнца – это одна из первых, которая приходит на ум. Инновации в Японии являются необходимостью, обусловленной жесткой конкуренцией на всех рынках, и жилищно-коммунальное хозяйство не исключение. От этого выиграют более эффективные люди. Десятки тысяч мелких предпринимателей заняты в сфере услуг японского государственного сектора без обычной «естественной монополии». Администраторы могут выбирать из длинного списка подрядчиков, подходящих для всех видов работ, таких как замена труб или проверка состояния систем отопления [5, с. 56].

В Хельсинки, климат которого, очень похож на российский, городские власти могут позволить себе обогревать улицы зимой. На двух улицах финской столицы жилые дома обеспечивают вторичное тепло. Энергоэффективность таких излишков невозможна без четких правил работы в жилищно-коммунальном хозяйстве, которые стимулируют внедрение технологических достижений. Использование инновационных методов позволило финнам с минимальными затратами отапливать свои дома углем, газом и гидроэнергией, переходя в тридцатиградусные морозы на резервные запасы масла. Потребители платят за использование альтернативных источников энергии, и каждый гражданин имеет право выбирать организацию, предоставляющую жилищно-коммунальные услуги. Чиновники также следят за равными возможностями для всех участников рынка [6, с. 54].

Жилищно-коммунальное хозяйство в России всегда ассоциировалось с «совком», а не с новейшими технологиями. Основная причина – безденежье. Средства, получаемые управляющими компаниями

по существующим моделям ценообразования, часто недостаточны для масштабной модернизации или замены инфраструктуры на более технологичную. Во многих компаниях отрасли учет ведется вручную с помощью калькулятора, который не учитывает сложность обслуживаемых домов. Отвергая инновации, руководители компаний лишают себя возможности сократить расходы. Например, прокладка труб с антикоррозийным покрытием позволяет снизить количество аварий, значит можно сэкономить средства на их устранении.

На протяжении последнего десятилетия российские эксперты указывали на недостатки существующих правил функционирования жилищно-коммунального хозяйства, которые не предусматривают серьезных конкурентных механизмов для муниципальных и частных предприятий.

Реформа в отрасли шла медленно, и денег на замену устаревшего оборудования на предприятии не прибавилось. Изменение закона о заключении договоров на жилищно-эксплуатационные услуги могло бы стимулировать использование ресурсосберегающих технологий.

Как уже говорилось ранее, без фиксированной оплаты управляющей компании у вас может не хватить денег на текущую деятельность, не говоря уже о внедрении инноваций. Теперь никого не удивит домофон, защищающий обычное имущество от социально незащищенных, и «умные» лампочки у входа, загорающиеся от шагов. Однако о подобных «нововведениях» разочарованные жители могут только мечтать. В то же время одним из самых передовых достижений в сфере ЖКХ за последние годы стало развитие национальных информационных систем для жилищно-коммунального хозяйства. Жилые ГИС-услуги включают нормативную, криминальную деятельность, регистрацию разрешений и, при необходимости, жилые здания для других компаний в отрасли. Владельцы могут быстро привыкнуть к этой информации, в том числе к результатам аудита [4, с. 159].

В Санкт-Петербурге специалисты проектного отдела «Умный город» пообещали внедрить блокчейн-систему, которая не позволит управляющим компаниям завышать плату с граждан путем ручного изменения показаний счетчиков. В настоящее время система находится в стадии разработки.

Есть и более экзотические предметы. Например, на Камчатке местные госкомпании обеспечивают жителей естественным теплом от вулканов. Это редкий пример альтернативного источника энергии. Нет необходимости использовать другие источники тепла из-за наличия отложений горячих источников в некоторых частях северного полуострова.

Основным направлением развития информационных технологий в сфере жилищно-коммунального хозяйства является разработка автоматизированных распределенных систем учета, основанных на предоставлении программного обеспечения для сбора, обработки и хранения данных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кириллова А. Н., Грабовый К. П. Анализ энергоэффективности в Российской Федерации и за рубежом // *Современные проблемы и пути развития*. М., МГСУ. 2010. 71 с.
2. Иванченко Е. Н. Финляндия: муниципальный сектор // *ЖКХ*. 2009. № 7.
3. Фещенко В. В. Управление социально-экономическим развитием региона: механизмы и методы // *Экономический вектор*. 2017. № 4 (11). С. 52–59.
4. Фещенко В. В. Когнитивная эффективность hr-менеджеров // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. 2017. № 4–4 (40). С. 157–161.
5. Фещенко В. В. Когнитивный менеджмент и когнитивное моделирование: принципы, методы, функции // *Экономика. Социология. Право*. 2018. № 2 (10). С. 54–60.
6. Фещенко В. В. Мобильность – как вектор развития экономики будущего // *Экономика. Социология. Право*. 2019. № 1 (13). С. 54–58.
7. Седова Н. В., Пулявина Н. С. Тенденции и проблемы реализации планов инновационного развития России // *Финансовый менеджмент*. 2020. № 6. С. 45–54.

М. А. Жегалина

студентка 1 курса бакалавриата по направлению «Сервис»

Е. В. Ильичёва

к.п.н., доцент кафедры «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ИЗУЧЕНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Жизнь человека не является полноценной, если не реализуется его право на отдых, на предпочтительные формы проведения свободного времени. Поэтому люди разными способами пытаются занять своё свободное время досуговыми мероприятиями. Людям необходимо расслабиться, снять стресс, почувствовать физическое и психологическое удовлетворение, разделить свои интересы с друзьями и близкими, завязать общественные контакты и получить возможность самовыражения или творческой деятельности.

Важное место в сфере досуга занимает общение с другими людьми: общие занятия, игры, дружеские встречи.

Целью нашего исследования является изучение предпочтений в отдыхе молодых людей и разработка предложений по их удовлетворению. Для достижения цели были определены следующие задачи:

1. Провести опрос среди населения Нижегородской области о выявлении их отношения к развлекательным мероприятиям.
2. Проанализировать данные опроса.
3. Исходя из данных опроса разработать конкретное досуговое мероприятие.

Тестирование проводилось через Google форму. Количество респондентов составило 53 человека в возрасте до 35 лет.

По результатам опроса было выявлено, что практически всем (98,1 %) опрошенным нужны развлекательные мероприятия. Для 64,2 % это должен быть активный отдых. Из предложенных 10 видов развлечений предпочтение было отдано танцевальным шоу, квестам и игровым программам, причем на квест сходили бы в самое ближайшее время. Только 18,9 % респондентов ответили, что не стали бы посещать развлекательные мероприятия или посещали бы их крайне редко.

В результате этих посещений большинство отвечающих хотели бы получить хорошее настроение и положительные эмоции.

На основе полученной информации был разработан квест, направленный на возрастную группу от 18 до 35 лет.

Основной целью участия в данном квесте станет получение хорошего настроения, незабываемых эмоций и адреналина. Данное мероприятие удовлетворит такие потребности как: потребность в отдыхе, потребность в чем-то новом для себя, потребность в проведении совместного досуга с друзьями или родственниками, развитие логического мышления, смекалки и внимательности, а также потребность в получении эмоций.

Местом проведения квеста может стать лагерь и тогда его название будет «Тайна лагеря». Основная идея данного квеста заключается в спасении отдыхающих этого лагеря за 60 минут.

Задачей участников квеста – пройти через комнаты лагеря и спасти вожатого и ребят. Всего представлено 6 комнат с разными испытаниями. Все задачи решаются с помощью логического мышления, внимательности и смекалки.

Для создания более острых ощущений используется актерская игра. Задачей актера является придать чувство страха и жути. Насколько сильное – каждый принимает для себя сам. В начале игры команда выбирает уровень страха, который они готовы получить (хард, медиум или лайт).

Все действия, которые происходят в комнатах отслеживаются и контролируются. При возникших затруднениях команда может попросить подсказку у администратора по радиации, которая будет выдаваться в начале пути.

Первой комнатой, где окажется команда, будет кухня лагеря. Там команде предстоит разгадать две загадки чтоб перейти в следующую комнату.

Звучит грохот и загорается лампа над столом. Там лежит часть записки. Задачей игроков отыскать недостающие части и собрать записку. Игроки должны осмотреть всю комнату. Первая часть записки находится в ящике стола, который под замком. Чтобы найти ключ от ящика, нужно разгадать ребус, который висит на стене. Ответом служит словосочетание «За зеркалом». После того, как ребус будет разгадан, плакат падает, и виден будет ящик с кодовым замком. Задача команды посмотреть за зеркало и увидеть там код, который они должны ввести. Открыв ящик стола, обнаруживается первая часть записки.

Вторая часть записки находится в сейфе в шкафу. Код можно узнать, посмотрев на фотографии на стене. Там будут изображены миски с фруктами. Задача состоит в том, чтоб вводить каждую цифру в кодовый замок в соответствии с количеством фруктов на одной фото-

графии. После того, как записка из двух частей будет собрана, ее можно прочитать. В записке написан рецепт. Задачей игроков вводить числа, которые там написаны, по порядку в кодовый замок на двери.

Далее игроки попадают в комнату девочек, где их так же будут ждать две загадки, и появляется актер:

Первой загадкой служит график дежурств. Там будут фамилии дежурных и даты дежурств. Необходимо догадаться сложить все даты и к полученному числу приписать месяц, который там указан. Этот код надо ввести на электронное табло часов. После этого откроется дверка шкафа. (В этот момент резко выключается и включается свет, и актер стучит по решетке). Там они увидят дневник ребенка. В нем будет зашифровано послание. В этом послании следует отгадать слово и ввести его на замке у чемодана. В чемодане находится ключ, который открывает дверь в другую комнату.

В следующей комнате загадки основываются только на внимательности команды. Команде нужно найти ключ, чтоб пройти дальше. Для этого за ширмой будет стоять ванная с водой. Нужно налить воду в пластмассовую емкость, чтоб тем самым поднять ключ на поверхность. Как только ключ будет у команды, все переходят в следующую комнату.

Пройдя дальше в комнату технического персонала, их будет ждать самое яркое и неожиданное появление актера. Главное – не поддаваться страху и искать пути выхода. Как только игроки зайдут в комнату, и закроется дверь, (начнет мигать свет) перед ними упадет халат, в котором они найдут письмо. Прочитав письмо, надо открыть шкаф с предметами для уборки (открывают шкаф, и оттуда выпадает часть тела человека), и достать оттуда ключ, который нужно приложить к столу, стоящему напротив. Как только игроки заберут ключ, начинает моргать свет и появляется актер-персонаж, чтоб напугать их. Чтобы не попасть в плен к персонажу, нужно спрятаться (закрывать глаза руками) или же просто стоять неподвижно до тех пор, пока персонаж не уйдет из комнаты. После того, как будет вставлен ключ в стол, откроется навесной шкаф. В нем находятся рычаги, которые нужно будет расположить в нужном порядке. Для этого, необходимо посмотреть на стены. На них будут расположены стрелки. Начинать нужно от стрелки, которая рядом с ящиком. После того, как рычаги будут расположены в правильном порядке, дверь автоматически откроется.

На пути команды останется две комнаты, в которых также немало загадок и страха. Игроки проходят в коридор, где в зависимости от уровня страха будут находиться персонажи. И задача игроков пройти мимо них тихо. Как только они подойдут к двери другой комнаты,

нужно будет ввести пароль для входа. Паролем служит номер, который написан на двери.

В последней комнате нужно осмотреть шкаф с документами. В нем они найдут папки о 5 детях, про которых говорилось в самом начале (как только игроки достанут папки, персонаж постучит по железному ящику). На каждой папке будет написано фамилия, персональный номер и возраст ребёнка. Задача команды – расставить фамилия детей по алфавитному порядку и увидеть в персональных номерах цифры, которые меняются, это будет пароль к двери вожатской.

Данное мероприятие хорошо использовать не только для поднятия настроения, получения эмоций и чувств, но и для сплочения коллектива, развития внимательности, логики и сообразительности, умения слушать и слышать других, так как одному решать предложенные загадки очень сложно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сухова Л. С. Организация досуга [Электронный ресурс]. URL: <http://pmem.ru/index.php?id=1063> (дата обращения 12.04.2021).

С. С. Игнатенко

студентка 3 курса по направлению подготовки «Сервис»

А. Е. Кодина

студентка 3 курса по направлению подготовки «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ОРНИТОЛОГИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ВОРОТЫНСКИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Ориентация современного общества на устойчивое социоприродное развитие находит свое отражение в растущей популярности экологического туризма. Наша страна обладает богатыми природными ресурсами, которые могут быть использованы для развития экологического туризма.

Отметим, что в настоящее время сложилась благоприятная ситуация для активизации деятельности, направленной на развитие этого направления туристской индустрии. В связи с этим актуализируется вопрос разработки турпродуктов экологического туризма.

Территория городского округа Воротынский Нижегородской области отличается большим ландшафтным разнообразием, наличием двух крупных рек – Волги и Суры, а также множеством мелких рек, речушек, озер, богатством сохранившихся естественных природных экологических систем. Эта территория имеет давнюю историю заселения несколькими народами, веками вписывавшими свою деятельность в местные ландшафтные условия, сохранивших до наших дней свой опыт природосберегающего природопользования. Все это является предпосылками для развития природоориентированных видов туризма [1].

Организация экологического туризма предполагает использование природных ресурсов для удовлетворения рекреационных потребностей человека с минимальным ущербом для природы. При этом важно учитывать запросы разных групп рекреантов, использовать разнообразные виды рекреационной деятельности, подбирать интересные объекты для организации познавательной рекреации.

Нам представляется перспективным активнее использовать на территории городского округа Воротынский такое направление эколо-

гического туризма как Бёрдвотчинг. Бёрдвотчинг (birdwatching, бёрдинг, птичинг, спортивная орнитология) – это наблюдение за птицами в дикой природе.

В Нижегородской области зарегистрировано 293 вида птиц. Большую часть из них можно встретить на территории городского округа Воротынский. В Нижегородской области выявлено 68 ключевых орнитологических территорий. Ключевые орнитологические территории – это наиболее значимые для птиц участки земной или водной поверхности. В том числе, это местообитания или гнездования редких видов, места расположения птичьих колоний, места скопления птиц во время миграций, периода линьки, зимовок [4].

Две ключевые орнитологические территории международного значения Сурский отрог Чебоксарского водохранилища и участок Камско-Бакалдинской группы болот расположены на территории городского округа Воротынский. Здесь можно встретить десятки видов птиц, в том числе и редкие виды, занесенные в красные книги разных рангов, например, такие виды как серый журавль, чомга, лебедь-кликун, белый аист, черный аист и др.

Основные типы местообитаний, встречающихся на территории Камско-Бакалдинских болот: сосновые леса, вторичные смешанные и мелколиственные леса, пресноводные озера, акватория Чебоксарского водохранилища, верховые, переходные и низинные болота. Здесь зафиксированы места обитания 78 видов птиц, в том числе овсянка-ремез, бородастая неясыть, большой крохаль и др.

Ключевые орнитологические территории являются местом концентрации на пролёте большого количества водоплавающих и околоводных птиц. Здесь обитают: озёрная чайка, сизая чайка, серебристая чайка, чомга, кулик-сорока и др. [4].

В Воротынском районе имеется опыт организации наблюдений за птицами в рамках экологических орнитологических троп для школьников. Кроме того имеется опыт организации соревнования бедвочеров [2; 3]. Большими возможностями обладает мобильная лаборатория туризма института транспорта, сервиса и туризма [5].

Организация наблюдений за птицами удовлетворяет познавательные рекреационные потребности, расширяет кругозор, доставляет эстетическое удовольствие и в то же время не наносит вреда природе. При этом не нужно ехать в далекие страны, тратить время и деньги на долгие переезды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асташина Н. И., Асташин А. Е. Особо охраняемые природные территории Воротынского района Нижегородской области: перспективы рекреационного использования. Учебно-методическое пособие. Н. Новгород. 2018. 64 с.
2. Асташина Н. И. Экологическая орнитологическая тропа как эффективная форма экологического краеведения // Биология в школе. 2011. № 4. С. 48–51.
3. Асташина Н. И. Развитие исследовательской деятельности учащихся на ключевых орнитологических территориях в дополнительном экологическом образовании. Дис....кан. пед. наук: 13.00.02. Н. Новгород. 2011. 190 с.
4. Бакка С. В., Киселева Н. Ю., Денисов Д. А., Одрова Л. Н. Ключевые орнитологические территории Нижегородской области. Методическое пособие. Н. Новгород, Экоцентр «Дронт». 2014. 96 с.
5. Ильичева Е. В., Герасимова И. Е. Роль мобильной лаборатории для подготовки кадров в сфере экскурсионного туризма // Экономика и предпринимательство. 2019. № 11 (112). С. 985–989.

Е. В. Ильичёва

к.п.н., заведующая кафедрой «Сервис»

Д. Е. Найданов

студент 4 курса бакалавриата по направлению «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ НАГРУЗКИ ПОСРЕДСТВОМ СОЗДАНИЯ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ САМООРГАНИЗАЦИИ РЕКРЕАНТОВ

Во время ослабления карантинного режима на территории нижегородской области наблюдалась повышенная активность рекреантов. Их неравномерная нагрузка на территорию в долгосрочной перспективе может привести к истощению рекреационных ресурсов. Помимо научно обоснованной концепции по эксплуатации природных ресурсов необходим инструмент по регулировки равномерной нагрузки на территорию [1]. В преддверии окончательного снятия всех ограничений, связанных с пандемией важно задуматься о последующем периоде отдыха населения и о его последствиях.

Целью нашей работы является проработка инструмента для регулирования равномерного распределения рекреационной нагрузки. В процессе работы нами были выполнены следующие задачи: исследование существующих инструментов регулирования рекреационной нагрузки; выбор наиболее перспективного варианта реализации инструмента; разработка логики работы и визуализации инструмента.

Регулирование рекреационной нагрузки является сложно организационной задачей. На данный момент применяются различные способы по регулированию, но большинство способов направлены на ограничение потока рекреантов или увеличения рекреационной ёмкости [3; 4]. Прежде всего, чтобы уменьшить нагрузку на территорию близкую к крупным сосредоточениям людей необходимо увеличить привлекательность более отдалённых мест для отдыха. Для этого мы хотим создать площадку с возможностью быстрой и удобной самоорганизации населения. Прежде всего для самоорганизации потенциальным рекреантам необходима постоянно обновляемая информация о статусе подобных выездов. На данный момент нет сервисов способных дать информацию о запланированных походах и количестве их участников.

Данный сервис наиболее удобно и информативно можно оформить в виде сайта, мини приложения и приложения для IOS или Android. На начало 2019 года в мире использовалось 5,5 миллиард смартфонов, а общее количество скачиваний увеличилось на 9 % [2]. Исходя из постоянно увеличивающегося количества доли трафика с мобильных устройств воплощение в виде приложения выглядит наиболее рентабельным.

Для превращения потенциальных рекреантов в рекреантов необходимо дать возможность приложению выполнять образовательный характер. Нам необходимо чтобы совершенно незнакомый с походами человек был способен сформировать для себя наиболее полное представление о данном способе отдыха. Данная функция будет работать параллельно основному приложению, в виде офлайн руководства. Данное руководство обязательно должно содержать раздел первой помощи, а также краткий список необходимых для краткого самостоятельного выживания.

Что касается основной части приложения, то прежде всего для использования его необходима будет регистрация с заполнением своих контактных данных и подтверждением личности по паспорту, это позволит отсеять большое количество фейковых аккаунтов, а также позволит нам автоматически отправлять данные о походе в МЧС. Отправленные данные в МЧС должны быть максимально полными для обеспечения оперативного реагирования на возможные происшествия.

В приложении должно быть предусмотрено два типа аккаунтов - пользовательский и организаторский. В пользовательском аккаунте данные о пользователе необходимы только контактные и паспортные данные. Организаторский аккаунт предназначен для людей, желающих самим организовать поход, поэтому в него будет предоставлена дополнительная информация. Организатору похода нужно подтвердить свой уровень подготовленности, прикрепить подтверждение минимально 5 походов в которых он учувствовал или проводил. При этом степень сложности размещённого им похода должна быть на уровень ниже, чем походы, в которых он учувствовал или должна быть равна степени похода, который он проводил.

Основное рабочее поле приложения будет представлено картой с возможностью сортировки походов по дате, расстоянию до отправной точки, сложности. После чего походы, соответствующие выбранным критериям, отображаются метками. На метках отображается основная информация о походе, а также, необходимая амуниция, данные о новизне или о периодичности, информация о организаторе и стоимость участия.

В информации об организаторе представляется полный перечень его проведённых походов с отзывами, а также фото и видео материалами. Каждому организатору присваивается свой рейтинг и звание. Рейтинг будет вычисляться среднеарифметический из качества всех проведённых им походов, а звание даваться за количество проведённых походов. Организаторы вынуждены формировать стоимость предоставляемой услуги, исходя из собственного рейтинга и звания. Оплата будет происходить на месте, непосредственно с самим организатором.

Перспективами развития данного приложения может стать расширение ассортимента мероприятий, которые можно будет разместить на площадке. Возможно создание среды для организации общения по интересам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сальников А. Л., Пилипенко В. Н. Выявление предельно допустимых нагрузок на рекреационные природные объекты // Туристическое обустройство и управление в прибрежных и горно-морских регионах на пути устойчивого развития. Сочи. 2003.

2. Simon Kempy Digital trends 2019: Every single stat you need to know about the internet [Электронный ресурс]. URL: <https://thenextweb.com/contributors/2019/01/30/digital-trends-2019-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/> (дата обращения: 15.11.20).

3. Специфика туристской деятельности на охраняемых природных территориях [Электронный ресурс]. URL: http://otherreferats.allbest.ru/sport/00006150_1.html (дата обращения: 15.11.2020).

4. Хозяйственная деятельность в заповедниках [Электронный ресурс]: URL: <http://www.pcholki.com/articles/ecowork.htm> (дата обращения: 15.11.2020).

5. Lipchii N. V., Khranchenko A. A., Kovryakova E. A., Zazimko V. L., Nevodova I. A. Methodical approach to assessing the development of foreign economic activity in financial instability conditions // Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences. 2018. Т. 9. № 6. С. 2007–2012.

В. В. Кашиникова

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

О. А. Черных

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО БГУ им. И. Г. Петровского, г. Брянск

ЭТИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОТРУДНИКАМ КОНТАКТНОЙ ЗОНЫ

В процессе оказания услуг и производитель, и потребитель находятся в пределах определённой контактной зоны, которая отличается размером, обстановкой, потоком потребителей и нацелена на конкретные сегменты рынка. Следовательно, главной проблемой в данной сфере является соблюдение этических требований в процессе оказания сервисных услуг.

Время не стоит на месте и в связи с техническим прогрессом и развитием общества меняются потребности людей и сам процесс их взаимодействия. С появлением новых технологий появляются новые правила, которые регулируют взаимоотношения сторон в контактной зоне. В качестве примера можно рассмотреть появление компьютеров и интернета, которые быстро обосновались в нашей жизни и открыли новые направления в сфере сервиса.

Неотъемлемой частью процесса оказания услуг является этикет [1, с. 9]. Он определяет границы между плохими и хорошими манерами. Каждый может обладать хорошими манерами, но при этом не достаточно знать, как себя вести, нужно применять эти знания в повседневной жизни.

Процесс оказания услуг может проходить как при контакте с потребителем, так и без него. Однако при непосредственном контакте можно найти индивидуальный подход, «почувствовать клиента» и, таким образом, удастся лучше понять, в чём он нуждается [2, с. 5].

Контактная зона предприятий сервиса обязана соответствовать содержанию сервисной деятельности. Например, контактная зона организации, которая занимается перевозками людей, должна быть оснащена транспортом, инструментами для его ремонта, компьютерами с необходимыми программами, местами для ожидания транспорта и, непосредственно, персоналом.

Время оказания услуг зависит от форм, методов обслуживания и их характера. Действия сотрудников контактной зоны строятся на правилах этикета, личном опыте и культуре общения персонала.

На потребителя большое влияние оказывают такие факторы, как интерьер помещения, его чистота, внешний вид сотрудников, освещение, музыкальное сопровождение, указатели и др.

Удобство и безопасность контактной зоны основополагающие качественного сервиса. Существует множество факторов, которые оказывают влияние на принятие решений о покупке.

Персонал контактной зоны должен обладать определёнными качествами, которые необходимы ему для взаимодействия с потребителем [4, с. 56].

Доброта в жизни каждого человека занимает особое место, а в сервисной деятельности она помогает выстроить доверительные, радужные и тёплые отношения между клиентом и сотрудником. При первой же встрече заказчик должен почувствовать, что им заинтересованы и его присутствие не останется незамеченным.

Работник контактной зоны должен относиться ко всем клиентам вежливо, но не забывать о том, что каждый клиент требует индивидуального подхода.

Сотрудник контактной зоны должен быть тактичным, т. е. должен уважать как себя, так и других людей. Таким образом, он сможет предоставить услугу не акцентируя внимания на неграмотности клиента.

Обходительность и любезность – качества, без которых невозможно выстроить хорошие отношения. Они не позволяют работнику контактной зоны вступать в конфликт с клиентами [5, с. 58].

Каждому работнику необходимо уметь контролировать своё настроение и чувства. Сотрудник не должен принимать на свой счёт грубые слова, которые могут быть сказаны в его адрес со стороны заказчика, ведь за несколько минут до их встречи, на эмоциональное состояние клиента могли повлиять различные негативные факторы.

Забота о клиенте играет большую роль в процессе оказания услуг. Прежде всего она проявляется в добросовестном отношении к делу.

Творческий подход работника к труду всегда приветствуется, так как именно мастер своего дела способен сразу понять, чего хочет клиент.

Работник контактной зоны – «лицо» предприятия сервиса. Его профессионализм может повлиять на репутацию организации. Сталкиваясь с некультурными клиентами, работнику не следует относиться к

ним предвзято. В подобной ситуации лучшим решением будет проявление тактичности и деликатности.

По данным Федеральной службы государственной статистики удельный вес сотрудников занятых в сфере сервиса и обслуживания составляет (табл. 1) [6, с. 60]:

Таблица 1 – Численность занятых в России по полу и группам

Группа занятий	2019	2020
Профессионалы бизнеса и менеджмента	4 640	4 507
Профессионалы среднего звена в области права, социального обеспечения, культуры, образования, спорта и смежных областях	710	746
Сотрудники, занимающиеся подготовкой и оформлением документации, бухгалтерией и обслуживанием	2331	2 428
Служащие сферы обслуживания населения	529	527
Защита работников сферы услуг и торговли, граждан и имущества	11 383	11 611
Работники сферы индивидуальных услуг	2 614	2 588
Персональный обслуживающий работник продавец	5 586	5 736
Персональный работник по уходу	809	814
Сотрудники и уборщики	1 172	1 167
Уличные торговцы и другие неквалифицированные рабочие, предлагающие различные уличные услуги	25	20

Хорошие отношения между клиентом и сотрудником контактной зоны должны соответствовать следующим требованиям:

1. На первом месте стоит строгое соблюдение режима работы, так как пунктуальный работник вызывает уважение со стороны клиента.

2. Сотрудник, который оказывает услугу должен быть профессионалом своего дела.

3. Этическая культура работника сервиса связана с его внешним видом (одеждой, причёской, аксессуарами).

4. Выстраивая диалог с клиентом, сотрудник должен вызывать доверие, чтобы клиент мог ясно и точно объяснить, в чём он нуждается.

5. Для того чтобы выстроить лёгкие и непринуждённые отношения, сотрудник должен уметь применять знания в области коммуникативной психологии. Это поможет установить контакт с клиентом и добиться высоких профессиональных успехов [4].

Исходя из всех вышеперечисленных качеств, можно сделать вывод, что работа сотрудников контактной зоны формирует самое первое и самое важное впечатление, и именно от этого зависит, обратится ли клиент в дальнейшем в эту фирму для повторного оказания услуг [3, с. 55].

В настоящее время сфера сервиса приобретает всё большую роль в экономике. Она представляет собой систему эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения. Она позволяет удовлетворять разнообразные потребности и обеспечивает появление новых рабочих мест.

Таким образом, можно сделать вывод, что сервисная деятельность заключается в повышенном внимании к потребительским предпочтениям и их изменениям, а также в использовании различных способов воздействия на потребителя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусова Т. Этикет: полный свод правил светского и делового общения: Как вести себя в привычных и нестандартных ситуациях. Москва. Издательство АСТ. 2021. 288 с.
2. Контактная зона [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.yaneuch.ru/cat_68/kontaktnaya-zona/113008.1668915.page1.html.
3. Фещенко В. В. Деловые коммуникации : учебное пособие. Брянск. 2018. 127 с.
4. Фещенко В. В. Когнитивный менеджмент и когнитивное моделирование: принципы, методы, функции // Экономика. Социология. Право. 2018. № 2 (10). С. 54–60.
5. Фещенко В. В. Мобильность – как вектор развития экономики будущего // Экономика. Социология. Право. 2019. № 1 (13). С. 54–58.
6. Фещенко В. В. Совершенствование коммуникаций в управлении человеческими ресурсами в органах муниципального управления // Экономика. Социология. Право. 2017. № 4 (8). С. 56–62.
7. Золин И. Е. Рынок труда в условиях глобализации мировой экономики: проблемы теории и практики // Вестник Брянского государственного технического университета. 2007. № 2 (14). С. 81–87.
8. Изотова Н. Н. Трансформация гендерных стереотипов в японском обществе // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 83–96.

В. Н. Крыловская

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

А. С. Разгонова

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО БГУим. И. Г. Петровского, г. Брянск

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСА В РОССИИ

Сфера сервиса в Российской Федерации претерпевает значительные изменения по сравнению с 70–90 годами. События 90-х гг. также оказали большое влияние на экономику страны, в результате чего сервис занял более высокое и более значимое место в обществе. Услуги становятся первостепенным направлением хозяйственной деятельности во многих странах. На нынешний день повысился спрос к формам услуг и к сервису в целом.

Итогом прежних лет стало то, что сервис перестали приравнивать к бытовому обслуживанию. «Сфера сервиса» – это очень всеобъемлющее понятие. Она включает виды услуг, которые направлены на нужды общества и человека, как отдельной единицы, например на нужды социального и производственного характера. Многие ученые считают, что ускоренное развитие сферы сервиса влияет на рост материального производства, а также на производственный и социально-культурный прогресс.

Нынешняя экономика определяется не только большой скоростью роста рынка услуг по сравнению с рынком сбыта, но и разнообразием типом возникающих услуг, которое необходимо для утоления возрастающих потребностей населения.

В странах с развитой экономикой доля сферы услуг в ВВП занимает 70 %. Примерно в таком же процентном содержании в ней занято общее число работников. Доля услуг ВВП нашей страны составляет около 60 % [1, с. 13].

На сегодняшний день сфера сервиса занимает первое место в обеспечении качественных услуг, которые предоставляются в России. Во многих странах в рамках последних нескольких лет, сервис идёт впереди, по сравнению с изготовлением товаров. Главным фактором,

который определяет данный «обгон» является ввод инновационных технологий и программ в сфере сервиса.

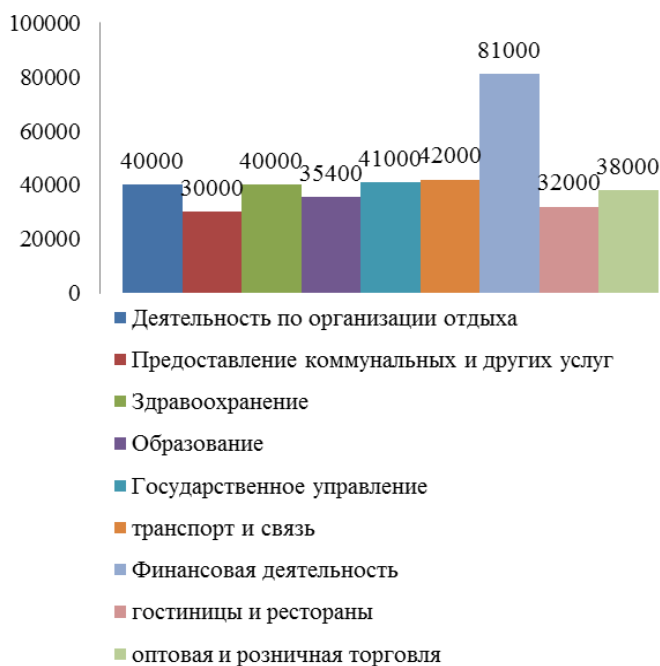


Рисунок 1 – Средняя заработная плата работников сферы сервиса по видам деятельности, руб.

Для России в сфере сервиса на первом месте стоит обеспечить население работой. В других стран такой необходимости не возникает, например в некоторых странах сфера сервиса является неким развлечением, а также реализацией своего бизнеса.

Основной целью современной российской экономики является увеличение благосостояния населения. Для ее достижения необходимо постоянное совершенствование методов обслуживания граждан в следующих сферах: услуги жилищно-коммунального хозяйства, общебытовые услуги, услуги правового и государственного характера, а также туристической и гостиничного сервиса.

На сегодняшний день сфера услуг не имеет четко определенных отраслевых границ. Следовательно, не предоставляется возможности давать ей оценку как отдельной отрасли. Данная сфера охваты-

вает практически все отрасли экономики. Это могут быть как производственные услуги, так и услуги аутсорсинга [2, с. 4].

Сегодня сфера услуг переживает революционные преобразования. Мир услуг выходит за рамки традиционного рыночного пространства и продолжает развиваться в виртуальной реальности.

Примером этого явления можно считать банк, который существует в Интернете всего несколько лет. Их клиенты имеют неограниченный доступ к своим счетам и предоставляют различные интерактивные услуги онлайн-банкинга. Виртуализация может сэкономить сотрудников и офисное пространство. В этой области решающим фактором будет не расположение офиса, а то, как вы взаимодействуете с клиентами.

Можно выделить основные направления развития сферы услуг:

1. Услуги международного характера глобального масштаба.

В эпоху технологического прорыва и инноваций весомая доля услуг пересекла внутригосударственные рубежи, стремительно объединяясь в всемирный рынок. Представителями данного явления в этой области являются средства массовой коммуникации (телевидение), рекреационные услуги, услуги коммерческого характера, торговля. Новым реализуемым видом услуги мирового масштаба является реклама. Она представляет собой не только способ представления и продвижения товаров на рынке, но и представляет выгодный и самостоятельный вид услуг.

Значительным весом обладают все с большим темпом развивающиеся услуги в кредитной сфере, сфере страхования и предоставления консультационных услуг на транснациональном уровне. Становятся широко известными и активно применяемыми виды услуг, предлагающие свою помощь в решении кадровых вопросов, управленческого консалтинга, анализа рынка и т. д.

Услуги являются одним из ключевых аспектов, оказывающих большое влияние в области продвижения и расширения процесса интеграции экономического положения. В дальнейшем, фактором, определяющим динамику и устройство международной торговли, будет являться спрос на компьютерные технологии, программные средства, средства оснащения офисов [3, с. 56].

2. Услуги персонального характера.

Совместно с развитием рынка услуг и приобретения им глобализационной формы значительную роль начинает играть индивидуальный подход к каждому клиенту и удовлетворение его потребностей. К услугам данной области относится персональная медицинская

помощь, предоставление туристических услуг различного характера, способных удовлетворить широкий спектр желаний клиента, индивидуальное банковское обслуживание, которое состоит в предоставлении высококачественных услуг [5, с. 55]. Изменяющаяся система образования, предоставила возможность для развития индивидуального образования. Ускорение темпа жизни сделало необходимым использование индивидуальных транспортных услуг, а развитие передовых технологий смогло предоставить услуги в персональном информационном обслуживании. Индивидуальное обслуживание является перспективным направлением развития сферы услуг. Оно осуществляет исключительный подход к каждому клиенту и акцентирование внимания именно на его предпочтениях и желаниях.

3. Услуги общественного характера.

Одним из перспективных направлений развития сферы сервиса, является услуги общественного характера, которые с каждым годом набирают все большую долю в объеме потребляемых услуг. Данная отрасль включает разнообразное обслуживание досуга населения, развитие киноиндустрии с применением различных инновационных технологий, услуги физической культуры, спорта и туризма.

Множество классических услуг (портомойня, химчистки и т. д.) имеют низкий коэффициент развития. На сегодняшний день выгоднее купить новую вещь, чем пытаться починить старую [6, с. 57].

Развитие сферы сервиса присуще и Российской Федерации. По сравнению, с рынком сбыта процент развития превысил процент развития сферы услуг. Потребность в использовании услуг растёт быстрыми темпами, основными потребителями являются жители нашей страны. Появилась новая тенденция развития – коммерческие предприятия начали тесно сотрудничать с научными организациями, казенными предприятиями для обеспечения жителей страны всем необходимым.

В процессе развития услуг можно увидеть характерный рост в сторону более сложных и развитых видов обслуживания, которые во многом помогают людям.

Следовательно, в передовых требованиях экономики цель выхода сферы услуг России на более качественный этап развития является на сегодняшний день наиболее острой. Более новый и качественный способ расширения сферы услуг требует привлечения всё новых и новых технологий. Обучение персонала занимает важное место в развитии современного сервиса и туризма [4, с. 158].

В связи с изменениями, которые произошли в сфере услуг в конце 90-х годов встала острая необходимость в подготовки и пере-

подготовки кадров в данной сфере. На этой основе были созданы специальные учебные заведения, которые занимались обучением кадров для сферы сервиса и туризма. В крупных городах за относительно небольшой период времени появились высшие учебные заведения, которые начали проводить подготовку кадров в сфере оказания услуг.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что сервисная деятельность сделала большой прорыв за последние 20 лет и продолжает активно развиваться. Ключевую роль в данной отрасли играют инновации в области технологий, способствующие реализации главной задачи государства – обеспечить высокий уровень качества жизни населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабурин В. А., Гончарова Н. Л., Рубанова И. М., Яненко М. Е. Маркетинг в сфере сервиса. Учебник для бакалавров по направлению подготовки 100100.62 «Сервис» всех форм обучения. СПб. : Астерион. 2014. 439 с..
2. Лепешев Г. В. Техничко-технологические проблемы сервиса в приоритетных направлениях развития науки, технологий и техники в Российской Федерации // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2013. № 3 (25). С. 4.
3. Фещенко В. В. Управление социально-экономическим развитием региона: механизмы и методы // Экономический вектор. 2017. № 4 (11). С. 52–59.
4. Фещенко В. В. Когнитивная эффективность hr-менеджеров // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 4–4 (40). С. 157–161.
5. Фещенко В. В. Когнитивный менеджмент и когнитивное моделирование: принципы, методы, функции // Экономика. Социология. Право. 2018. № 2 (10). С. 54–60.
6. Фещенко В. В. Мобильность – как вектор развития экономики будущего // Экономика. Социология. Право. 2019. № 1 (13). С. 54–58.
7. Сибиряев А. С. Государственная инновационная политика в Российской Федерации: подходы к разработке и реализации : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук. 2011. 25 с.

Т. Н. Кутаёва

к.э.н., доцент

П. М. Лебедева

обучающийся 1-го курса Института экономики и управления

ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Сфера туризма является одним из важнейших секторов экономики во многих регионах и странах, ежегодно растет число туристских поездок во всем мире в среднем на 5,7 % [3].

Туризм в Нижегородской области также активно развивается. Наиболее развитыми видами туризма являются культурно-исторический, религиозный, событийный и деловой. Среди крупных центров притяжения туристов можно выделить Нижний Новгород, Городец, Семёнов, Арзамас, Дивеево, Выксу.

В 2019 году количество туристов, посетивших Нижегородскую область, составило 1 269,4 тыс. чел. [3]. В 2016 г. этот показатель был равен 942,69 тыс. чел. Указанные данные свидетельствуют о развитии туризма на этой территории. В связи с увеличением потока туристов в области совершенствуется и инфраструктура.

Гостиничная инфраструктура области представлена 581 объектом размещения, более половины этих гостиниц находятся в Нижнем Новгороде. В Городце расположено 14 объектов размещения, в Арзамасе – 20, в Дивеево – 38, в Выксе – 4, в Семёнове – 4.

Транспортная инфраструктура хороша развита. В Нижнем Новгороде есть международный аэропорт «Стригино», железнодорожный вокзал, подземный транспорт (метро), наземный транспорт (автобусы, такси, аренда автомобилей). До туристских центров можно добраться на наземном транспорте, регулярно осуществляются автобусные туры в Городец, Выксу, Арзамас и т. д. [2].

Несмотря на рост числа туристов и развитие туристской инфраструктуры, туризм в Нижегородской области имеет и ряд проблем.

Одним из важнейших сдерживающих факторов развития туризма является наличие конкурентов в сфере туризма. Среди ближайших из них следует выделить республику Татарстан, Владимирскую

область и Ярославскую область. Так, по итогам 2017 г. республику Татарстан посетило 2 700 тыс. чел., Владимирскую область – 700 тыс. чел., а Ярославскую – 1 180 тыс. чел. В свою очередь, данный показатель в Нижегородской области составил 560 тыс. чел. [3].

Низкая конкурентоспособность обусловлена следующими факторами:

1. Низкая привлекательность объектов показа (низкая привлекательность пространства внутри Кремля, Нижегородской ярмарки, низкий уровень интерактивности экспозиций музеев, неудовлетворительное материально-техническое состояние объектов показа).

2. Непривлекательный портфель событий для туристов, недостаток событий зимой.

3. Низкое качество городской среды: невыразительный внешний облик зданий, отсутствие идентичности у большинства улиц и площадей, нехватка парков и скверов, низкая доля улиц, на которых присутствует дизайн-код, низкая доля благоустроенных набережных.

4. Ограниченная вместимость деловой инфраструктуры (возможность проведения мероприятий на 1000 человек).

5. Слабое продвижение Нижегородской области на внутреннем и международном рынках туристских услуг (низкая эффективность пресс-туров, недостаточная активность в социальных сетях).

6. Отсутствие яркого запоминающегося бренда области.

7. Отсутствие прямого авиасообщения с большинством субъектов РФ, неразвитость авиасообщения с иностранными государствами (из-за низкой экономической привлекательности прямых маршрутов с субъектами РФ и иностранными государствами).

8. Низкое качество экскурсионного автобусного сообщения: недостаток и высокий уровень износа туристских автобусов, недостаток парковок для туристского транспорта, пробки на отдельных туристско-экскурсионных маршрутах, неудовлетворительное состояние дорожного покрытия.

9. Недостаток санитарно-гигиенической инфраструктуры (например, недостаток общественных туалетов рядом с ключевыми точками притяжения и вдоль ключевых туристских маршрутов).

10. Ограниченный портфель мер финансовой поддержки сферы туризма, низкий уровень привлечения региональных субсидий на развитие туризма (множество туроператоров области не направили заявки на получение региональных субсидий).

11. Недостаточный уровень финансирования общественных пространств, в т. ч. нехватка средств на содержание общественных пространств [2; 3].

Таким образом, Нижегородская область все предпосылки для развития туризма: наличие уникальных объектов показа, наличие предприятий питания и коллективных средств размещения различной звёздности, наличие различных видов транспортной инфраструктуры, наличие туроператоров, осуществляющих туры по области. Для дальнейшего развития туризма на данной территории необходимо осуществить ряд мер для устранения сдерживающих факторов. К ним можно отнести создание современного, конкурентоспособного туристского комплекса, который будет обеспечивать широкий спектр возможностей для удовлетворения потребностей туристов, появление маркетинговой стратегии продвижения региона на внутреннем и международном рынках, создание благоприятного климата для привлечения инвестиций в сферу туризма для российских и иностранных компаний, повышение качества обслуживания в сфере туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Муниципальная программа «Развитие туризма на территории города Нижнего Новгорода» на 2018–2020 г. Нижний Новгород : утверждена постановлением Правительства Нижегородской области. 2017. 31 с.
2. Стратегия социально-экономического развития Нижегородской области до 2035 года. Нижний Новгород : утверждена постановлением Правительства Нижегородской области. 2018. 191 с.
3. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf-2/> (дата обращения: 10.04.2021).

Е. О. Лупоок

Ю. В. Якубенко

студенты бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО БГУ им. И. Г. Петровского, г. Брянск

ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Понятие «культура» изучают многие ученые: культурологи, политологи, социологи. Морозов С. В. утверждает: культура – это совокупность всех видов, способов и приемов человеческой деятельности и самих результатов этой деятельности, проявляемая, накапливаемая и передаваемая последующим поколениям в виде артефактов, т.е. неделимых единиц культуры (предметов, процессов или явлений искусственного происхождения) [6, с. 55]. Другими словами, понятие «культура» представляет собой как деятельность человека, так и все, что им создано.

У каждого штата есть свое культурное наследие. Он может измениться под влиянием различных факторов, таких как политические, экономические и социальные.

Культура включает в себя многие стороны жизни государства – ее традиции, верования, искусство, музыку, праздники, фольклор.

Согласно распоряжению Правительства РФ от 7 марта 2019 г. № 369-р «Об утверждении Стратегии развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа до 2035 г.» Культурно-познавательный туризм – это познавательное путешествие, которое знакомит туристов с историческими, культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством экскурсий и мероприятий [2, с. 4044].

Правительство РФ также определяет специальные инструменты для развития культурно-познавательного туризма:

- развитие выставочной туристической деятельности, в том числе с использованием современных технологий;
- разработка программ повышения квалификации сотрудников туристических выставочных комплексов и продвижение туристических услуг с упором на инновационные способы работы с туристами;

- улучшенные образовательные стандарты и программы подготовки экскурсоводов и гидов-переводчиков;
- разработка национальных и региональных информационных ресурсов и цифровых сервисов для культурного туризма, цифровых аудио и видео гидов;
- разработка системы продажи электронных билетов на посещение экспонатов культурно-познавательного туризма. Сюда входят несколько объектов, карта туриста города и единый билет для посещения субъектов Российской Федерации;
- развитие системы поддержки мастеров народных промыслов, формирующих достопримечательности туристических направлений;
- улучшить систему мер государственной поддержки для компенсации экономическим агентам части затрат, понесенных в связи с проведением реставрационных работ на объектах культурного наследия туристических дестинаций [7, с. 23].

Когда на смену промышленного общества пришло информационное культурный туризм приобрел популярность. Одной из ключевых особенностей этого преобразования было расширение доступа населения к культурным благам, предоставляемым государством. Сегодня культурно-познавательный туризм вызывает особую озабоченность. Ученый Д. С. Рехачев в 80-е годы подчеркивал: «Для защиты человеческой жизни это так же важно, как и естественная биологическая среда, среда, созданная его предками, и его собственная культура» [3, с. 5].

В настоящее время туристический бизнес испытывает кризис, который требует кардинальных решений и изменений. Специалистами, участниками туристического бизнеса культурно-познавательный туризм был признан самым многообещающим направлением. Культурный туризм становится все более разнообразным с точки зрения открытий и общения, которые устанавливают взаимодействие между культурным и традиционным разнообразием. Культурный туризм в современной жизни – это совершенно новое направление культурного досуга и духовного просвещения. Коржанова А. А. считает, что расширению культурного туризма в настоящее время способствует развитие всех видов транспорта, межрегиональные и международные культурные контакты, а также формирование и совершенствование туристической индустрии в Японии и во всем мире [4, с. 7].

Между сегодняшним культурным и познавательным туризмом есть три основные отличительные черты:

- 1) активная жизнь туриста формирует инновационную его позицию. Туристическое агентство делает данную позицию первостепенной, определяющей предложение на рынке. Поэтому возрастает

роль и возможность выбора маршрута, разрабатываются новые формы переходов;

2) туристов привлекает целостная культурная среда, а не отдельные памятники;

3) культурные ресурсы конкретного региона России функционируют как воспроизводимый культурный капитал, например, за счет поступлений от современных форм туризма.

Горбунова М. Ю. выделяет основные факторы развития культурного туризма: во-первых, потребители данных услуг, а во-вторых, компании, предоставляющие доступ к этим услугам [1, с. 8].

Как и в других регионах, культурный и познавательный туризм сосредоточен вокруг памятников культуры и достопримечательностей. Это объекты археологического наследия, памятники, возникшие в результате исторических событий, памятники природы, памятники культуры и искусства, геологические, спортивные, политические, религиозные и комплексные. Кроме того, тема разная. Статические туры (включая экскурсии по городу) и маршрутные туры (большинство предлагаемых комплексных туристических проектов и поездок).

Российская Федерация богата туристическими возможностями благодаря своему природному и культурному потенциалу. Благодаря большому интересу иностранных туристов к новым развивающимся направлениям, это создает основу для развития конкурентоспособного современного туризма.

Приграничные районы во многих частях Российской Федерации (например, в Брянской области) создают уникальные условия для развития туризма на рынки соседних стран. Обогащите рыночные предложения своей новизной и оригинальностью.

Сергей Корнеев, заместитель руководителя Ростуризма, считает, что именно культурный туризм дает возможность интегрировать регионы, интегрировать бизнес, разрабатывать новые туристические продукты и привлекать ретрансляторов. По его мнению, в России появляется все больше «туристических мостов, коридоров, маршрутов или точек притяжения», способных аккумулировать поток туристов, особенно с учетом введения электронных виз. Санкт-Петербург явно стоит на этой дороге. Эта дорога понимает миссию туристического узла как въезда, точки притяжения на всем северо-западе. То же самое можно сказать и о туристических центрах в Казани, Сочи и Москве [5, с. 56].

На главном заседании Ассоциации туроператоров (АТОР) было сказано, что культурный туризм важен с экономической точки зрения, это одна из движущих сил и один из важных факторов социально-

экономического развития региона в реализации программы развития экспорта России.

В целом Россия остается одной из немногих стран с низким уровнем развития внутреннего туризма, несмотря на огромный туристический потенциал.

Туризм является важным инструментом в тех областях, где необходимо использовать культурное и историческое наследие. Индустрия туризма не только улучшает уникальное качество жизни конкретного региона за счет улучшения различных инфраструктур для туристов, но, наконец, помогает продвигать регион в целом и улучшать его имидж [4, с. 10].

Для обеспечения успешного развития туризма в необходимо учитывать несколько значимых факторов:

- 1) необходим приток не только отечественных, но и иностранных инвестиций для развития инфраструктуры;
- 2) широкий спектр потенциально привлекаемых туристических комплексов;
- 3) сосредоточение уникальных природных ресурсов и объектов культуры и искусства;
- 4) создания сети отелей туристического класса и, в частности, для небольших отелей, а также мотелей, расположенных на дорогах федерального назначения, обеспечить комфортную среду обитания по низким ценам [6, с. 57].

Обилие внутреннего и международного туризма привлекает к нему большинство сторонников активного спортивного отдыха. Из городской жизни люди устремляются в любой уголок земного шара и общаются с неограниченной природой. Мировой экологический и охотничий туризм в последние годы приносит десятую часть доходов от туризма. О размерах этого сектора услуг в мире свидетельствуют следующие факты: Для обслуживания туристов занято более 100 миллионов сотрудников. Для многих стран туризм обеспечивает до 10% годового дохода [8, с. 254].

В Российской Федерации наибольший приток иностранных туристов наблюдается в приграничных районах (и ежедневно приезжающих), а также в Москву, Санкт-Петербург, Москву, Приморский край, Краснодар, Тюмень, Ленинград и Калининград. В эти места иностранцы приезжали на длительный срок и останавливались в гостиницах и других коллективных местах проживания [7, с. 25].

Таким образом, культурный туризм в настоящее время является важной подотраслью туризма. Это связано с тем, что в условиях социальной глобализации и информатизации людям необходимо рас-

ширять свой кругозор в разных направлениях, чтобы постоянно улучшать и повышать свой интеллектуальный уровень.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбунова М. Ю. Организационные основания культурного туризма // Проблемы и перспективы развития культурного туризма Саратовской области. Саратов. 2006. С. 8
2. Коржанова А. А. Перспективные направления развития культурно-познавательного туризма в России // Фундаментальные исследования. 2015. № 2–18. С. 4044–4047.
3. Лихачев Д. С. Раздумья о России. СПб., Logos, 2006. 654 с.
4. Мазуров Ю. Л. Охраняемые территории природного и культурного наследия // Вестник МГУ. 2008. № 4. С. 7–14.
5. Фещенко В. В. Когнитивный менеджмент и когнитивное моделирование: принципы, методы, функции // Экономика. Социология. Право. 2018. № 2 (10). С. 54–60.
6. Фещенко В. В. Мобильность – как вектор развития экономики будущего // Экономика. Социология. Право. 2019. № 1 (13). С. 54–58.
7. Фещенко В. В. Состояние и перспективы развития туристической деятельности в Брянской области // Экономика. Социология. Право. 2016. № 2 (2). С. 20–25.
8. Фещенко В. В. Экономические аспекты развития туризма в Российской Федерации // Экономика и региональное управление. 2017. С. 452–456.
9. Задимидченко А. М. Система финансирования инвестиционных проектов на территории Ханты-мансийского автономного округа – Югры // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3–2 (56). С. 170–173.

М. В. Нуждина

старший преподаватель кафедры «Сервис»

А. А. Точенова

студентка 3-го курса СПО по специальности «Гостиничный сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

РАЗВИТИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

В настоящее время гостиничный бизнес является наиболее динамично развивающейся, перспективной и доходной отраслью. Гостиничное предприятие – это идеальный вариант размещения для тех, кто направляется на отдых, также для тех, кого ожидают деловые встречи.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что одним из главных условий успешного развития предприятий гостиничной индустрии является наличие широкого спектра дополнительных услуг.

В зависимости от категории гостиничное предприятие должно оказывать дополнительные услуги. Однако в реальности инновационные гостиницы являются предприятиями, производящими также продающими самые разнообразные виды услуг. В случае если гостиничное предприятие продолжает получать доходы лишь за счет размещения, то гостинице может угрожать упадок. Основного преимущества гостиница добивается тогда, когда она эффективно использует номерной фонд и дает такой комплект дополнительных услуг, который учитывает потребности гостей.

Цель работы – изучить особенности развития дополнительных услуг на предприятии гостиничного сервиса, рассмотреть дополнительные услуги базы отдыха «Разнежье» и разработать рекомендации по их совершенствованию.

База отдыха «Разнежье» расположена в Нижегородской области, Воротынского района село Михайловское. Добраться можно как сухопутным путем, так и по водной глади. Особенностью базы отдыха является доступность цен в сочетании с широким спектром услуг по проведению досуга.

Ассортимент дополнительных и сопутствующих услуг на базе отдыха «Разнежье» широкий. Есть платные и бесплатные услуги.

Территория базы отдыха составляет 3,5 га. На территории расположены: ресторан, 9 отдельных домиков, крытые беседки, баня, домик для персонала. Ресторан на 50 человек с блюдами русской кухни в этом же здании бильярдная, библиотека и баня-сауна. Наличие конференц-зала обеспечивает проведение здесь конференций и корпоративных вечеров.

Крытая беседка, расположенная на самом берегу реки, с огромным мангалом и добротной мебелью, может использоваться круглогодично и вмещает до 50 человек веселой и шумной компании. А для влюбленных пар или для семей с детьми подойдут небольшие, но не менее комфортабельные беседки.

Из сравнительного анализа деятельности базы отдыха «Разнежье» и оценки дополнительных услуг с конкурирующими предприятиями гостиничного бизнеса можно сделать вывод, что база отдыха «Разнежье» является конкурентно способной в Воротынском районе. Она не уступает другим предприятиям гостиничного бизнеса Воротынского района, имеет широкий список дополнительных слуг, находится в выгодном месте на территории Нижегородской области, территория базы одна из лучших среди конкурирующих предприятий, рейтинг базы отдыха «Разнежье» по обслуживанию постояльцев наиболее высокий среди конкурирующих предприятий.

Изучив перечень дополнительных услуг базы отдыха «Разнежье» можно сказать, что ее сегментом постояльцев являются охотники и рыболовы, а услуг для семей с детьми, для компаний друзей, для корпоративного отдыха немного. Необходима разработка дополнительных услуг, для привлечения разного контингента гостей. Также причиной разработки дополнительных услуг может послужить тот период, когда нельзя выходить на моторной лодке на воду, в это время запрещена ловля рыбы (с 15 апреля по 15 июня), так как в этот период времени нет подходящих дополнительных услуг для привлечения постояльцев.

В процессе исследования деятельности базы отдыха «Разнежье» были выявлены недостатки в нехватке дополнительных услуг для привлечения разного контингента гостей которые необходимо устранить. В связи с этим принято решение предложить расширить спектр дополнительных услуг с помощью внедрения новой услуги «Веревочный парк», которая подойдет для семейных пар с детьми, подростков и компаний друзей, а также ввести дополнительную услугу по проведению корпоративного отдыха, которая поможет привлечь большее число гостей.

Рекомендации по внедрению услуги «Веревочный парк» заключается в создании веревочного парка прямо в сосновом бору.

Услуга «Веревочный парк» рассчитана на семейные пары с детьми, ведь выбирая гостиницу большинство родителей в первую очередь ищут занятия для своих детей, чтобы ребенок не проводил свое время за смартфоном или компьютером, чтобы гостиница предлагала детям занятия, подразумевающие физическую активность и умственную деятельность.

Верёвочные парки – это новый вид активного отдыха, стремительно набирающий популярность во всем мире.

Аттракцион будет представлять собой комплекс веревочных переправ для детей и взрослых, расположенных на различной высоте.

Для создания веревочного парка необходимо:

1. Определить этапы прохождения веревочного парка.

2. Подобрать необходимых сотрудников.

3. Определить место на территории базы отдыха для создания веревочного парка.

Верёвочный парк будет оборудован прямо на деревьях в сосновом бору и будет из нескольких уровней:

- «Нижний» – на высоте от 1 метра над землей;

- «Высотный» – на высоте от 4 до 6 метров.

Отметим, что главные преимущества создания парка это:

- это идеальное место для семейного отдыха – поскольку все маршруты парка будут различаться по сложности и предназначены для прохождения как взрослыми, так и детьми;

- прохождение трасс будет дарить необыкновенные позитивные ощущения и эмоции. В психологическом плане это дает отличную разгрузку от серых будней;

- такие занятия помогут улучшать физические данные, ловкость и упорство, а также избавляться от страхов;

- данный вид занятий будет направлен на улучшение навыков командного взаимодействия и отлично подходит для тимбилдинга.

Так же для привлечения большего числа гостей предлагаем ввести корпоративный отдых с возможностью обучения персонала, новым навыкам или для сплочения коллектива. Это поможет привлечь новый сегмент постояльцев. Организация корпоративного отдыха позволит сочетать полезное и приятное. Предоставление услуг по организации корпоративного отдыха позволит не только отдохнуть людям от повседневной суеты, но и провести любого характера бизнес-встречу, конференцию или же семинар.

Для привлечения такого сегмента клиентов необходимо создать программу лояльности для корпоративных клиентов, например, скидки на размещение, особая процедура отмены бронирования, помощь в организации проведения рабочих встреч, конференций и т. д.

Программа лояльности для корпоративного отдыха:

- скидка 10 % – от стоимости номера;
- скидка 5 % на пользование бизнес-центром;
- скидка 5 % на проведения банкетов;
- бесплатное предоставление аппаратуры для конференц-зала;
- бесплатное пользование Wi-Fi.

При введении программы лояльности для базы отдыха «Разнежье» увеличится поток гостей, ведь даже небольшие предприятия имеют штат 10 человек, тем самым увеличится прибыль базы.

Таким образом, внедрение дополнительной услуги «Веревочный парк» даст возможность гостиничному предприятию увеличить доход, за счет получения прибыли от новой услуги, а также за счет лучшей заполняемости номерного фонда из-за привлечения новой категории постояльцев – семей с детьми.

Главным преимуществом введения программы лояльности для корпоративного отдыха, является лучшая заполняемость номерного фонда БО «Разнежье», увеличение получаемой прибыли за счет оказания более широкого спектра дополнительных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М., 2007. 82 с.
2. Бутова Л. А. Организация обслуживания в туристских и гостиничных комплексах : учебное пособие. Шахты. ЮРГУЭС. 2005. 136 с.
3. Официальный сайт База отдыха «Волшебная заводь» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zagorod.club/>
4. Официальный сайт База отдыха «Лепота» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kaferestoran-nn.ru/kottedzh-na-beregu-volgis-kamenka>
5. Официальный сайт База отдыха «Разнежье» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.raz-raz.ru/>
6. Официальный сайт База отдыха «Фокино-Приволжье» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fokino-baza.ru/>
7. Официальный сайт База отдыха «Щукино» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fishing-nn.ru/>

М. В. Нуждина

старший преподаватель кафедры «Сервис»

А. Н. Шарова

студентка 3-го курса СПО по специальности «Гостиничный сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ БИЗНЕС-ЦЕНТРА (BUSINESS CENTER) В ГОСТИНИЦЕ

В настоящее время современные технологии активно внедряются в сфере социально-культурных услуг и туризма, их применение становится неперенным условием успешной работы гостиничных организаций. Доля делового туризма постоянно растет. Ежегодно в современном мире совершается более 150 миллионов деловых поездок, из которых около 60 миллионов приходится на Европу.

Деловые путешественники составляют лишь 20 % от общего туристического потока европейского региона, но на их долю приходится 60% оборота отрасли. В нашей стране деловой туризм стал в последнюю очередь улучшаться среди всех видов туризма и в настоящее время находится в стадии активного развития. Деловой туризм очень разносторонний. Сюда входят индивидуальные и групповые поездки, командировки менеджеров и персонала, участие в мероприятиях, организуемых промышленными и торговыми корпорациями, участие в конгрессах, конференциях, семинарах, организованных политическими, экономическими, научными, культурными, религиозными и другими организациями, посещение торговых и промышленных выставок и ярмарок и участие в их работе, поощрительные поездки для сотрудников и клиентов. Бизнес-туристы ежегодно приносят в госбюджет немалые доходы. Обычно туристы этого класса имеют хорошее финансирование и не жалеют денег на проживание и другие необходимые услуги. В результате особое внимание следует уделить приему и размещению деловых путешественников. А бизнес-услуги, в свою очередь, оказываются в гостиницах, в том числе и отечественных, повсеместно, являются одними из самых распространенных и востребованных и приносят владельцам объектов размещения значительную прибыль.

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена тем, что бизнес-центр в гостиничном комплексе является источником дополнительной прибыли. Это означает, что услуги, оказываемые в бизнес-центре и конгресс-центре гостиницы «Ока», приносят ей доход. Если гостиница увеличит спектр услуг, предоставляемых в бизнес-центре, то, скорее всего, спрос на эту дополнительную услугу вырастет, а также внедрение новых видов услуг может стать рекламой бизнес-центра и привлечь новых клиентов для гостиничного комплекса.

Цель работы – исследование бизнес-центра как дополнительного источника прибыли для гостиничного предприятия и выработка рекомендаций по совершенствованию организации бизнес-центра Группы компаний «Ока».

Бизнес-центр – это современный бизнес-комплекс, или отдельное помещение в гостиничном фонде, предоставляющий услуги по проведению и организации форумов, конференций, презентаций, т. е. потребностей современного бизнеса. Современные бизнес-центры, являясь точками наивысшей деловой активности, предлагают гостям гостиничного комплекса весь спектр услуг, позволяют проводить большое количество деловых операций, не покидая здания гостиничного предприятия.

Бизнес-центр необходим в четырех- и пятизвездочных отелях, предлагающих широкие возможности для проведения мероприятий любого уровня – от небольших деловых встреч и фуршетов до масштабных конференций, концертов, кинопоказов и выставок.

Сотрудники бизнес-центра проводят деловые переговоры, встречи, семинары, банкеты, презентации, юбилеи [1, с. 142–143].

Бизнес-центры в гостиничных комплексах делятся на 3 категории. Рассмотрим подробнее каждую из них:

Первая категория – бизнес-центр предоставляет клиентам отеля услуги самого бизнес-центра (то есть возможность отправить факсимильное сообщение, бесплатный доступ к компьютеру, Интернету, возможность просмотреть свою электронную почту, отправить письмо через него, распечатать необходимую клиенту информацию и сделать с нее копии).

Вторая категория – это бизнес-центр в отеле, совмещенный с отделом по организации конференц-мероприятий. В таком случае объем функций такого обучения увеличивается. Для презентаций, конференций и других мероприятий необходимы не только разнообразные конференц-залы (наличие соответствующих залов, переговорных, проекционное, видео и другое оборудование), но и более расширенный спектр возможностей самого бизнес-центра (ламинирование, цифровая

фотография, полноцветная печать информации, тиражирование, сканирование и др.). Бизнес-центр обязан технически обеспечить проведение мероприятий на должном уровне.

И, наконец, третья категория – когда на базе профессионально развивающегося бизнес-центра начинает формироваться небольшая «типография», где можно закупить все виды материалов, необходимых для производства полиграфической продукции.

Сегодня нижегородский гостиничный комплекс «Ока» – один из самых популярных гостиничных комплексов города Нижнего Новгорода. Инфраструктура этого отеля предоставляет все, что нужно каждому гостю, с какой бы целью он ни приехал: по делам или отдыху, здоровью или спорту. Отель входит в пятерку лучших конгресс-отелей 2018 года по версии MICEAWARDS 2018.

Гостиница «Ока» предлагает снять в аренду несколько конференц-залов:

1. Конференц-зал «Люкс».
2. Конференц-зал «Бизнес».
3. Конференц-зал «Стандарт 2».
4. Конференц-зал «Стандарт 1».
5. Конференц-зал «Комфорт».
6. Комната для переговоров.
7. Бизнес-центр.

На официальном сайте АО ГК «Ока», есть вся подробная информация об услугах, которыми постояльцы отеля могли бы воспользоваться. В услуги отеля входит и бизнес-центр. В этом центре гости могут временно арендовать офис для работы фрилансеров, если есть в этом необходимость, а также заказать организацию проведения любого бизнес-мероприятия.

Он имеет следующие преимущества:

1. Бизнес-центр «Ока» является современным центром.
2. Бизнес-центр имеет удобное местоположение.
3. Гостям предлагается выгодная аренда.
4. В бизнес-центре удобные планировки.

Для полной оценки уровня оснащённости конференц-залов гостиничного комплекса «Ока» необходимо сравнить с нижегородскими гостиничными предприятиями, оказывающие услуги аренды конференц-залов и рассмотреть какие услуги предлагают другие гостиницы для бизнес-людей.

Основываясь на официальных сайтах гостиниц Нижнего Новгорода, а именно гостиницах «Sheraton», «Ока», «Marins Park Hotel», «Courtyardby Marriott Nizhny Novgorod City Center», можно сравнить

оснащённость конференц-залов в бизнес-центрах, располагающихся на территории гостиничных комплексов по таким характеристикам, как количество конференц-залов, общая площадь конференц-залов, оборудование в конференц-залах, услуги, предоставляемые в конференц-залах.

В результате исследования было выявлено, что гостиничный комплекс «Ока» имеет не самое большое количество конференц-залов, но по оснащённости достаточно развит, то есть можно сказать, что бизнес-центр гостиницы может проводить у себя мероприятия различных масштабов, но для того, чтобы оставаться конкурентно способным предприятием необходимо вывести бизнес-центр на более высокий уровень.

Используя данные о бизнес-центре гостиницы «Ока» можно провести SWOT-анализ, определяющий сильные и слабые стороны бизнес-центра данного отеля, а также его возможности и в будущем возможные угрозы внешней среды.

По данным SWOT-анализа можно сказать, что бизнес-центр гостиничного комплекса «Ока» может поднять рейтинг гостиничного комплекса, т. к. у него есть все для этого. Нужно только лишь расширить ассортимент услуг, предлагаемых в бизнес-центре для того, чтобы гостиница смогла оставаться конкурентоспособным предприятием среди других нижегородских гостиниц и разработать рекомендации по продвижению рекламной деятельности гостиничного комплекса «Ока» с целью привлечения внимания гостей к своим услугам, в том числе и к услугам бизнес-центра.

Было выявлено, что предлагаемые услуги в бизнес-центре гостиничного комплекса «Ока» по сравнению с другими гостиницами Гранд Отель Ока предлагает стандартный немногочисленный спектр услуг. Вследствие этого, необходимо внедрить новые виды услуг для того, чтобы оставаться конкурентоспособным предприятием на нижегородском гостиничном рынке.

Необходимость введения новых дополнительных услуг в бизнес-центре АО ГК «Ока» определена следующими факторами:

1. Одним из основных направлений развития стратегических конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе является предоставление дополнительных услуг или услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами.

2. Учитывая наличие предприятий-конкурентов, также требуется дополнительные факторы привлекательности, которые будут более выразительно выделять гостиничное предприятие «Ока» из ряда

похожих средств размещения, тем более расположенных в предельно допустимой близости.

3. Несмотря на достаточно стабильное конкурентное положение и широкий спектр дополнительных услуг, для развития продолжительной лояльности постоянных клиентов, необходимо обновление.

Для повышения спроса гостей на услуги бизнес-центра «Ока» можно ввести следующие услуги:

1. На базе бизнес-центра гостиничного комплекса «Ока» необходимо организовать свою небольшую типографию, print-shop, где можно приобрести всевозможные материалы, необходимые для выпуска полиграфической продукции, а также заказать ее.

В настоящее время бизнес-центр гостиничного комплекса «Ока» относится ко второй категории бизнес-центров. Открытие типографии позволит претендовать на более высокий уровень сервиса, предусмотренный третьей категорией.

При организации деловых мероприятий, заказчику часто требуется распечатка определённого количества полиграфической продукции. Он может воспользоваться данной услугой, что будет удобнее для него, т.к он может обговорить все необходимые моменты с персональным менеджером и заказать данную услугу, которая может входить в стоимость заказа самого мероприятия.

2. Для удобства проведения международных деловых мероприятий различного масштаба, необходимо предусмотреть мобильную кабину для синхронного перевода.

В отеле «Ока» часто проводятся различные конференции, презентации, симпозиумы, где собираются деловые партнёры для заключения договоров, в том числе и иностранцы.

Кабины для синхронного перевода – превосходное место для создания уютной обстановки и поглощения посторонних шумов. Эти звукоизолирующие помещения позволяют не мешать окружающим, а сосредоточиться на деловой беседе.

3. Внедрение услуги обеспечения гостей автотранспортом (Car rental service).

В некоторых гостиничных комплексах бизнес-центр занимается также обеспечением постояльцев автотранспортом (Car rental service). В отелях, находящихся относительно далеко от центра города, должен быть предусмотрен бесплатный мини-автобус (Free Shuttle Bus), который курсирует между гостиницей и центром города ежедневно, желательно с утра до позднего вечера.

Предложенные рекомендации по совершенствованию позволят поднять уровень бизнес-центра гостиничного комплекса «Ока» до

3 категории, помогут в дальнейшем разрабатывать новые стратегии и получать наибольший экономический эффект. Это повысит стабильность, конкурентоспособность данного отеля, увеличит спрос на услуги бизнес-центра, что приведёт к привлечению большего количества клиентов и получению дополнительной прибыли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арбузова Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг. М., Издательский центр «Академия». 2011. 224 с.
2. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. М., «Академия». 2005. 208 с.

И. А. Тачкова

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

*ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет
имени академика И. Г. Петровского», г. Брянск*

СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Туристическая отрасль в современных условиях хозяйствования является наиболее пострадавшей в результате новой коронавирусной инфекции Covid-19. Если рассматривать отрасль в социально-медицинском аспекте, то быстрое распространение заболевания по территории страны произошло вследствие возвращения российских граждан из путешествий по миру. Финансовый аспект проблемы функционирования отрасли наступил по причине прекращения текущих туров и последующего переноса запланированных. Как следствие, значительные убытки были получены турагентами, туроператорами, перевозчиками и иными участниками рынка.

В первые месяцы распространения вируса было зафиксировано снижение спроса по всем выездным направлениям на 20–25 %. Падение спроса на туристические услуги до нулевой отметки произошло с введением режима самоизоляции. Выручка предприятий индустрии туризма закономерно снизилась на 90–100 % [3].

По данным Ростуризма в 2020 г. к уровню 2019 г. число туристических поездок сократилось на 43 % (с 65 до 37 млн). В благоприятных условиях в 2020 г. оказались лишь курортные территории России, которые сумели сохранить до 90 % туристического потока 2019 г. Однако величина выручки от реализации турагентов и туроператоров снизилась в 6 раз [2].

Убытки выездного туризма в десятки раз превысили въездной, поскольку до пандемии основные прибыли отрасли обеспечивались благодаря выездному туризму. В текущих реалиях выезда российских граждан для отдыха за рубеж также имеют серьезные ограничения, связанные с очередными всплесками заболеваемости на популярных направлениях отдыха, необходимостью прохождения карантина по прибытии, предоставления медицинских справок, имеющих ограниченный срок действия. Следовательно, участники отрасли при под-

держке Ростуризма имеют реальную возможность переориентироваться на внутренний туризм.

По мнению экспертов, наиболее пострадавшими от пандемии Covid-19 признаны культурно-познавательный, деловой и событийный виды туризма. Зафиксировано также сокращение потребительского спроса на пляжный и лечебно-оздоровительный туризм.

В сложившихся условиях государство приняло решение ввести меры поддержки для малого и среднего бизнеса, а также индивидуальных предпринимателей, работающих в туристической отрасли. К актуальным мерам поддержки целесообразно отнести:

- предоставление субсидий для туроператоров в целях возмещения убытков, связанных с авиаперевозками;
- открытие доступа к фонду персональной ответственности туроператора (ФПО) для возврата сумм, уплаченных туристами;
- возврат денежных средств в случае отмены или переноса запланированных мероприятий;
- предоставление беспроцентных кредитов для выплаты заработной платы сотрудникам;
- осуществление процедуры рефинансирования кредитов по ставке 8,5 % для предприятий малого бизнеса, микропредприятий и индивидуальных предпринимателей;
- получение отсрочки по арендным платежам субъектами малого и среднего предпринимательства;
- наложение моратория на банкротство в отношении предприятий туристской индустрии, наиболее пострадавших вследствие пандемии, в том числе работающих по ОКВЭД 55, 56 и 79);
- наложение запрета в отношении санкций за несвоевременную подачу документов;
- введение моратория на проверки, за исключением внеплановых проверок;
- предоставление «налоговых каникул» по отсрочке в уплате налогов;
- приостановка мер по взысканию налоговой задолженности в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства пострадавших отраслей;
- продление сроков уплаты налогов в отношении малых и средних предприятий;
- снижение страховых взносов в ПФР до 10 %, в ФОМС до 5 % и отмена взносов по нетрудоспособности и материнству в ФСС РФ;
- учет нерабочих дней в налоговых целях.

Опираясь на результаты онлайн-опросов, в 2020 г. порядка 87 % респондентов, работающих в туристской отрасли, обращались за поддержкой государства.

Остается актуальным вопрос перспектив восстановления туристической отрасли. Так, по мнению председателя правления Союза ассоциаций автоперевозчиков пассажиров «Регионы» Куксова О. Г. «В настоящее время речь идет о частичном восстановлении рынка – 10–15 %. При этом полноценное возвращение к докризисным показателям может занять от двух до пяти лет в зависимости от дальнейшего развития событий» [1].

Заслуживает внимания базовый прогноз Euromonitor International, учитывающий вероятность сокращения темпов заболеваемости Covid-19 во второй половине 2020 г. – первой половине 2021 г., согласно которому восстановление въездных и выездных туристических потоков произойдет не ранее 2022 г.

Существуют и более консервативные мнения о поэтапности процесса возвращения отрасли к привычному режиму работы, когда восстановление туристических потоков произойдет лишь в 2023–2024 гг. Для достижения финансовых результатов 2019 г. потребуется еще больше времени [5].

В текущих постковидных условиях ключевыми трендами развития туристической отрасли в России являются цифровизация и переориентация на внутренний рынок. Необходимо признать, что разработка Национального проекта по туризму является исторически важным решением, в том числе и введение электронных виз по всей территории России для граждан из 52 стран мира [6].

Катализатором развития отрасли выступила Государственная программа субсидирования поездок по Российской Федерации – «туристический кешбэк», которая разработана Федеральным агентством по туризму. Согласно указанной программе туристы, оплатившие путевку банковской картой «Мир» получают возможность получить кешбэк в размере 20 % от стоимости [4].

Одним из основных трендов современной туристической индустрии является переориентация на внутренний туризм. Популярными направлениями для россиян являются Карелия, Байкал, Камчатка, а также неизменно юг России.

Максимальный рост объемом онлайн продаж туров пришелся на 2020 г. Также ожидается рост прямых продаж туров операторами через интернет-сайты, а также увеличение рыночной доли онлайн-турагентств. Отмечается увеличение интереса туристов к покупкам туристических пакетов через мобильные приложения, мессенджеры,

что, безусловно, должны учитывать туристические компании, стремящиеся выжить на рынке в современных условиях. Следовательно, участники туристического рынка, не освоившие диджитал-инструменты, будут отдавать часть рынка и выручки цифровым лидерам туристского сегмента.

Происходит постепенная трансформация каналов товародвижения. Традиционная офлайн-реклама уступает место цифровой рекламе. На сегодняшний день социальные сети являются выгодной рекламной площадкой для объектов размещения, поскольку потенциальные потребители туристических услуг нуждаются в развернутых отзывах и фотографиях. Продажи в индустрии туризма стали сильно зависимы от информационного освещения инфлюенсеров и блогеров, что подталкивает участников туристического рынка расширять партнерские связи и диверсифицировать свою деятельность.

Таким образом, традиционные форматы туризма теряют свои позиции на рынке. Популярными, в частности среди представителей молодого поколения, становятся авторские и тематические туры, нестандартные туристические маршруты и направления. Выявленная тенденция обусловлена, в том числе усилением роли немассовых видов туризма, таких как экотуризм и посещение уединенных мест отдыха. По мнению экспертов, в ближайшей перспективе наибольшим спросом будут пользоваться экотуризм и slow travel (медленные путешествия). Следовательно, несмотря на тяжелые последствия пандемии Covid-19 эффективные туроператоры имеют реальные перспективы функционирования в обозначенных сегментах туристской отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в РФ: текущая ситуация и перспективы восстановления. Результаты опроса участников рынка // КПМГ [Электронный ресурс]. URL: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights/2020/12/tourism-in-russia-current-situation-and-recovery-prospects.html> (дата обращения 18.04.2021).

2. Дуэль А. Ростуризм: Внутренний турпоток в 2020 году упал на 40 % // Российская газета [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2021/02/07/rosturizm-vnutrennij-turpotok-v-2020-godu-upal-na-40.html> (дата обращения 18.04.2021).

3. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/organizations>

4. Как получить кешбэк за поездки по России. Текст : электронный // Федеральное агентство по туризму : сайт [Электронный

ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru/news/17176/> (дата обращения 18.04.2021).

5. Карпова Г. А., Валеева Е. О. Проблемы и перспективы развития туризма в условиях пандемии // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2021. № 1 (127). С. 97–104.

6. Логунцова И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. С. 49–65.

7. Келеш Ю. В., Бессонова Е. А. Обеспечение экономической безопасности России в условиях социально-экономической трансформации государства // Вестник НГИЭИ. 2020. № 11 (114). С. 90–101.

УДК 355.233.231.1

Э. И. Терешкина

студентка 2 курса ИТСиТ

А. В. Шелаумов

старший преподаватель кафедры «ТООПиУТ»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

РАЗВИТИЕ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ВОРОТЫНСКОМ РАЙОНЕ НА ПРИМЕРЕ ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО КЛУБА «ГРЕНАДЕРЫ»

С целью пропаганды военно-патриотического воспитания на базе института транспорта, сервиса и туризма был создан в сентябре 2004 ВПК «ГРЕНАДЕРЫ».

Цель клуба: воспитание гражданско-патриотических и идейно-нравственных качеств у молодежи, а также навыков здорового образа жизни.

Задачи клуба:

- патриотическое воспитание молодежи;
- подготовка подростков к военной службе в рядах Вооруженных Сил Российской Федерации;
- повышение престижа Вооруженных Сил среди обучающихся;
- формирование у учащихся таких качеств, как долг, ответственность, честь, достоинство, личность;
- формирование уважительного и ответственного отношения к героическому прошлому своей страны, края, района, поселка.

Воспитательная работа в клубе «Гренадеры» направлена на:

- формирование у молодежи чувства патриотизма и уважения к Родине;
- воспитание личности студента, знающего историю и традиции своего края;
- формирование верности Родине, готовности к служению Отечеству и его защите;
- развитие и распространение военно-прикладных видов спорта;
- формирование здорового образа жизни;
- воспитание моральных и психологических качеств у студента.

Членами клуба могут стать все желающие студенты среднего профессионального и высшего образования в возрасте от 15 до 20 лет.

За годы работы военно-патриотического клуба «Гренадеры» его участники проходят обучение по 3 направлениям:

- военно-историческое;
- военно-спортивное;
- военно-прикладное.

На этих направлениях студенты изучили военную историю нашей страны, историю Воротынского района, прошли общефизическую, строевую, огневую и туристскую подготовку, а также прошли подготовку в области РХБ защиты, активно принимали участие в мероприятиях, приуроченных к памятным датам истории России и малой родины.

Результатами проделанной работы стали призовые места на соревнования военно-патриотических клубов:

1. Военно-патриотическая игра «Заря» 2018 г., с. Спасское – 1 место.
2. «Нижегородская школа безопасности – Зарница» ФИНАЛ-2018, ДСООЦ «Заря» – 3 место.
3. Военно-патриотическая игра «Зарница» 2019 г., с. Б. Болдино – 1 место.
4. «Нижегородская школа безопасности – Зарница» ФИНАЛ-2019, ДСООЦ Салют.
5. Областная военно-патриотическая игра «Заря»; г. Уфа 10-18 декабря 2018 г. Студенты 15 ВУЗов из 10 регионов РФ.
6. Конкурс «Лучшая организация патриотического воспитания в студенческой сфере» – 3 место.
7. Гонка героев – 1 место.
8. Областная патриотическая игра «Герои Горьковского моря – 2019».
9. Юнармейский молодежный туристический слет 06.05.19–08.05.19 – 2 место.
10. Областная патриотическая игра «Герои Горьковского моря – 2020», 1 место.
11. «Патриоты России» – 1 место.

Участникам нашего клуба удалось встретиться с Чемпионом мира по биатлону Максимом Чудовым, во время смены «Зимний десант» межрегионального военно-спортивного лагеря

Перспективный план развития клуба «Гренадеры»:

1. Учувствовать дальше в военно-патриотических играх.
2. Занимать 1 места.

3. Привлекать молодежь вступать в ряды добровольцев.
4. В День памяти воинов-интернационалистов организовать работу отряда по вложению венков на могилу.
5. Получить грант на открытие школы добровольцев.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батурина Г. И. Нравственное воспитание школьников на народных традициях. М. Народное образование. 2002. 112 с.
2. Бурлакова И. И. Патриотическое воспитание: от теории к практике // Управление воспитательным процессом в школе. 2015. № 6. С. 3–82.
3. Приходько В. И. Актуальность проблемы воспитания патриотизма и готовности молодежи к защите Отечества // Молодежь и общество. 2011. № 2. С. 53–57.
4. Савченко И. А., Варавкина А. В. Актуальные проблемы управления развитием образовательной организации // Экономика и предпринимательство. 2017. № 1. С. 1034–1036.
5. Шульженко М. Э. Патриотическое воспитание современной молодежи // Молодой ученый. 2017. № 47. С. 240–243.
6. Чипышева Л. Н., Алексеева И. С., Борченко И. Д., Боровкова Е. Г., Ильина А. В., Коликова Е. Г., Маковецкая Ю. Г., Никитин Д. И., Серебренникова Г. В., Уткина Т. В., Хафизова Н. Ю., Чивилев А. А. Развитие универсальных учебных действий у обучающихся на уровне основного общего образования. 2017. 168 с.

Р. В. Тюрин

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

А. А. Хабалаты

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО БГУ им. И. Г. Петровского, г. Брянск

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИИ

В 2019 году пандемия стала одной из важнейших проблем в туристической сфере. Данная статья посвящена на изучение критических точек внутреннего и международного туризма, которые спровоцировала пандемия COVID-2019. Были изучены перспективы на развитие туризма и сфер, которые с ним взаимодействуют. Также спрогнозированы все возможные варианты для развития туристической сферы после окончания пандемии. Поддержание экономической сферы со стороны государства, а именно туризма [1, с. 5].

Туристическая сфера сильно пострадала от пандемии, так как в связи с этим снизились спрос и предложение на поездки. Обстановка на мировом рынке становится все хуже, идет ослабление экономических, геополитических и социальных сфер общества. Количество заболевших COVID-2019 во всем мире на данный момент составляет более 129 млн человек (1 апреля 2021 года). Резко увеличилось количество безработных граждан, так как многие бизнесы и предприятия вынуждены были завершить свою деятельность в связи с введенными профилактическими мерами. Так как туризм являлся основным переносчиком инфекции и ускорял ее распространение, он пострадал больше всего.

Пандемия также повлияла на транспортную сферу (авиационную, ж/д и т. д.), гостиничную (отели, мотели, гостиницы и т. д.). В буквальном смысле она остановила работу этих сфер и способствовала большому удару по мировой экономике. Так как в этих сферах идет огромный оборот финансов и COVID-2019 повлек за собой огромные денежные потери.

Некоторыми исследователями было показано, что авиапутешествия и намного быстрее распространяют инфекцию, так как люди перемещаются из одного места в другое за считанные часы. Они тем самым показали важность отмены перелетов и закрытие границ между странами на время активного проявления пандемии. Этими исследова-

телями были: В. Браун, С. Ахмад, С. Бек и Дж. Нгуен-Ван-Там [3, с. 56].

Задача этой статьи является понять, как пандемия влияет на сферу туризма и как предотвратить такие огромные потери в этой сфере.

После ввода режима самоизоляции по данным ФНС и правительства РФ спрос на внутренний и внешний туризм упал практически до нуля. Следовательно, прибыль турагенств и предприятий, которые связаны с туристской сферой сократилась на 90–100 %. Из-за изоляции 56 % предприятий обанкротились и приостановили свою деятельность полностью, 35 % частично.

Категории населения, в которых спрос на туристические предложения снизился больше всего: трудоспособное население в возрасте от 35 до 60 лет – на более чем 60 %; семьи с детьми – более 54 %; пенсионеры – на 46 %; трудоспособное население в возрасте от 18 до 35 лет – на 41,5 %.

Виды туризма, которые пострадали больше всего: культурно-познавательный – на 74 %; лечебно-оздоровительный и пляжный – на 48 %; деловой – на 42 %, спортивный – на 39 % и т. д. [2, с. 58]

Меры поддержки государства для восстановления туристической сферы: освобождение от уплаты налогов либо их отсрочка; освобождение от уплаты кредитов либо их отсрочка, также внедрение новых форм кредитования; создание государственно-частного партнерства в сфере туризма и многие другие.

По мнению экспертов показатели в российском туризме должны увеличиться к 2023 году, а вернуться к стабильным показателям примерно к концу 2025 года. Но некоторые эксперты считают, что показатели туризма будут снижаться в течении 3 лет и только после этого момента туристический рынок начнет стабилизироваться и вернется к прежним доходам [4, с. 22].

Государство осознавая то, что туристический бизнес сам не сможет справиться с ситуацией на рынке ввели некоторые субсидии для помощи в восстановлении туризма в стране. Такими субсидиями являются [5, с. 454]:

- субсидии туроператорам на возмещение убытков, связанных с авиаперелетами (на стоимость малообеспеченных эпидемиологических невозвратных билетов и иностранных туристов возместить 3,5 млрд рублей экспортным организациям Refund);

- доступ к Фонду личной ответственности туроператора (возможность использовать накопленные средства ФРО для возврата денег туристам);

- пожертвования туроператоров в сфере выездного туризма в 2020 году в Подготовительный фонд Ассоциации «Продвижение туризма» (сумма пожертвования в 2020 году – 1 рубль);

- возврат средств за отмененные или перенесенные мероприятия (в случае отмены, обмена или переноса мероприятия сценического искусства или музейного мероприятия);

- продление лицензий и лицензий, включая розничную продажу алкоголя (лицензии и другие продления лицензий истекают с 15 марта 2020 г. по 31 декабря 2020 г. и продлеваются на 12 месяцев);

- беспроцентный кредит на заработную плату (кредит предоставляется под 0 % на первые 6 месяцев и 4 % на следующие 6 месяцев).

Напоследок хотелось бы прокомментировать этот вопрос. Мы думаем, что в ближайшем будущем туристический сектор восстановится, поскольку люди не расслабляются, они хотят путешествовать, а пандемия не лишит их этого желания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Браун А., Ахмад С., Бек С., Нгуен-Ван-Там Дж. Роль транспорта и транспортных узлов в распространении гриппа и коронавирусов: систематический обзор // *Journal of Travel Medicine*. 2016. Vol. 23 (1). P. 2–8.

2. Фещенко В. В. Когнитивный менеджмент и когнитивное моделирование: принципы, методы, функции // *Экономика. Социология. Право*. 2018. № 2 (10). С. 54–60.

3. Фещенко В. В. Мобильность – как вектор развития экономики будущего // *Экономика. Социология. Право*. 2019. № 1 (13). С. 54–58.

4. Фещенко В. В. Состояние и перспективы развития туристической деятельности в Брянской области // *Экономика. Социология. Право*. 2016. № 2 (2). С. 20–25.

5. Фещенко В. В. Экономические аспекты развития туризма в Российской Федерации // *Экономика и региональное управление*. 2017. С. 452–456.

А. М. Ханафиева

*студент бакалавриата по направлению
«Экономика предприятий и организаций»*

ОФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

РОЛЬ ПОДВИЖНЫХ ИГР КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

В современной России одной из основных задач государственной политики в области физкультуры и спорта является повышение физической активности населения. В частности, среди населения проводятся спортивные мероприятия (например, «Лыжня России», «Кросс Нации»). Государством частично финансируется деятельность спортивных площадок, катков, стадионов, фитнес-центров, СКК, а также организаций спортивной направленности иных видов. Однако следует отметить, что, несмотря на имеющийся в современной российской действительности опыт, наблюдается недостаточное количество мероприятий, организуемых для студенческой молодежи в целом и для студентов экономических специальностей в частности. Также в научной литературе, а также в нормативных документах не представлены данные о проведении спортивных мероприятий в форме подвижных игр как средства формирования профессионально–этических качеств. Указанные выше положения позволили нам обозначить актуальность нашего исследования.

Вопросы формирования профессионально–этических качеств у студенческой молодежи связаны с процессом определения своего «Я» в будущей профессии, возникновении интереса к ней, получение профессиональных навыков, рефлексия к данным процессам. Следовательно, профессионально–этические качества понимаются современными исследователями (в частности, А. А. Ионовым [5] и Ю. Ф. Курамшиным [6]) как совокупность двух взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов – профессиональной направленности и смысложизненных ориентаций студентов. Особенно данные моменты актуальны для студентов экономических специальностей, поскольку вследствие реализации будущей профессиональной деятельности

именно по данному направлению чаще всего не осознается студентами и почти никогда не дает возможность морального выбора [12].

В рамках формирования профессионально-этических качеств студентов экономических специальностей по направлению «повышение физической активности» оптимальным средством, по мнению Е. В. Антроповой [1] будет использование подвижных игр.

Подвижные игры понимаются разными учеными по-разному.

Таблица 1 – Определение «подвижные игры» с позиции различных ученых в области физического воспитания

Автор	Определение
Л. В. Былсева [2]	Подвижная игра – это упражнение для подготовки к реализации индивидом жизненного опыта, развитию нравственности и инициативы
В. Б. Болдырева [3]	Подвижная игра – это относительно самостоятельная деятельность индивида, которая удовлетворяет его потребность в материальном и духовном познании
А. А. Ионов [5]	Подвижная игра – это средство пополнения индивидом знаний и представлений об окружающей действительности, развития морально-волевых качеств
Я. З. Луткова [7]	Подвижная игра – это сознательная, активная деятельность индивида, которая характеризуется точностью и своевременностью выполнения игровых практик, связанных едиными правилами

Подвижные игры как средство формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей реализует в себе следующие функции [11]:

– социальная функция – невозможность подвижной игры вне общения;

– оздоровительная функция – в процессе реализации подвижных игр как средства формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей обязательно включает в себя естественную двигательную активность. Данные игры повышают общую работоспособность студентов;

– воспитательная функция – подвижная игра как средство формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей включает в себя связь физического и эстетического, духовного.

Кроме того, подвижные игры как средство формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей способствуют:

- добиваться большей двигательной активности у студентов;
- обогатить умения формировать двигательный опыт студентов;
- развивать физические качества (силу, ловкость и т. д.);
- определять систему знаний, которая будет способствовать формированию профессионально-этических качеств студента экономических специальностей [9].

Наиболее характерные признаки использования подвижных игр как средства формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей следующие:

1. Ярко выраженное соперничество и эмоциональность в игровых действиях (метод позволяет моделировать сравнительно сложные взаимоотношения между людьми).
2. Чрезвычайная изменчивость условий ведения борьбы, условий выполнения действий.
3. Высокие требования к творческой инициативе в действиях.
4. Отсутствие строгой регламентации в характере действий и нагрузке.
5. Комплексное проявление разнообразных двигательных навыков и способностей [6].

Мы полагаем, что наиболее эффективным видом подвижных игр как средства формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей будет так называемый «тимбилдинг».

«Тимбилдинг» (или командообразование) – это комплекс мероприятий, который предназначен для создания командного духа среди студентов, сплочения коллектива.

«Тимбилдинг» – это:

- мероприятие для некоторого количества студентов;
- «извлечение» студентов из привычной среды;
- игры с изменением ролей;
- активный процесс двустороннего характера;
- решение внутреннего запроса;
- получение навыков за короткий период времени;
- предоставление новых «инструментов» для решения жизненных вопросов [4].

Приведем пример подвижных игр в «тимбилдинге», которые будут выступать как эффективное средство формирования профессионально-этических качеств студента экономических специальностей.

Подвижная игра 1. «Животные». Студенту необходимо выбрать любого животного и уведомить об этом.

Подвижная игра 2. «Путаница». Цели данной игры заключается в развитии ловкости мышления и рук за короткий промежуток времени.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что подвижные игры, проводимые в форме тимбилдинга, будут способствовать формированию профессионально-этических качеств студента экономических специальностей. Их применение несомненно повысит качество и эмоциональный фон занятий, уровень самопознания и коммуникативного взаимодействия в коллективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антропова Е. В. Основные виды и функции двигательной активности // Наука ЮУрГУ. Секции социально-гуманитарных наук. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ. 2015. 2108 с.

2. Былеева Л. В. Подвижные игры. М., Физическая культура и спорт. 2018. 288 с.

3. Болдырева В. Б. Подвижные игры в физическом воспитании молодежи // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. Т. 21. № 5–6. С. 157–158.

4. Ионов А. А. Использование подвижных игр в повышении эффективности учебно-тренировочного процесса юных спортсменов // Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма. 2015. № 6. С. 111.

5. Корниенко В. В., Курицына Т. Н. Двигательная активность человека как механизм становления личности // Инновационная наука. 2018. № 1. С. 451–452.

6. Курамшин Ю. Ф. Теория и методика физического воспитания: учебник. М. Советский спорт. 2017. 464 с.

7. Луткова Я. З. Подвижные игры как средство решения педагогических задач в различных звеньях физического воспитания : учебно-метод. пособие. СПб., СПбГАФКим. ПФ. Лесгафта. 2013. 83 с.

8. Лях В. И. Двигательные способности. Общая характеристика и основы теории методики их развития в практике физического воспитания // Физическая культура в школе. 2016. № 2. С. 2–6.

9. Moiseeva I. Yu., Remizova V. Emotive verbalisation of the concept school: school students' view point // Proceedings of the Philological

Readings (PhR 2019). Orenburg State University. London, United Kingdom. 2020. С. 413-418.

10. Немолочнава К. О., Шумилина Н. С. Формирование физических качеств специалиста экономической безопасности в физкультурно-спортивной деятельности // Россия и Монголия: опыт и перспективы международной интеграции в образовании и науке. Под редакцией Н. В. Антиповой. 2019. С. 101–105.

11. Нестерова Т. Г., Ремизова В. Ф., Маркова Г. А. Содержание концепта «успех» в русской языковой картине мира // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. Т. 10. № 1. С. 23.

12. Шумилина Н. С. Непрерывное этическое и физическое развитие как важный фактор в становлении профессионала // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. 2019. С. 4685–4688.

13. Ильясов Д. Ф., Солодкова М. И., Буров К. С., Борченко И. Д., Николов Н. О., Севрюкова А. А., Селиванова Е. А., Скрипова Н. Е., Погорелов Д. Н. Профилактика агрессивного и противоправного поведения обучающихся общеобразовательных организаций, функционирующих в неблагоприятных социальных условиях. Челябинск, 2019. 80 с.

И. А. Хохлова

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

И. И. Шеловицкая

студент бакалавриата по направлению «Сервис»

ФГБОУ ВО БГУ им. И. Г. Петровского, г. Брянск

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Этическая культура сервиса представляет собой совокупность этических норм, моральных принципов, которые регулируют поведение специалистов сервисной деятельности с учетом особенностей их деятельности и поведения в конкретных ситуациях [1, с. 35].

Сервисная деятельность направлена на удовлетворение потребностей людей путем оказания услуг специализированными структурами обслуживания. Этот процесс порождает деловые отношения, в которых участвуют исполнитель (тот, кто оказывает услугу) и потребитель (тот, кто заказывает или приобретает услугу). Существуют определенные правила и нормы, которые регулируют данные отношения, возникающие по поводу оказания услуг [2, с. 25].

Нравственные ценности, которые определяют профессиональное поведение работников в сфере сервиса, формируют этические основы сервисной деятельности. Этика обслуживания помогает исполнителю осуществлять свою деятельность наиболее качественно. Взаимоотношения работников предприятий сервиса с клиентами во многом зависят от выполнения образца поведения, соответствующего определенным параметрам.

Важнейшими нормами служебной этики являются:

- хорошие манеры, культура речи, уважение к потребителю;
- вежливое, внимательное отношение и готовность предоставлять услуги потребителям;
- стрессоустойчивость и терпимость;
- способность избегать конфликтных ситуаций. Если они все же возникают, необходимо уметь успешно разрешать их.

Данные принципы определяют морально-этическую основу, которая будет обеспечивать слаженную работу в сервисной деятельности. Работник сервисного предприятия должен построить такие отношения с клиентом, которые делают процесс обслуживания наиболее приятным и эффективным.

Общение исполнителя услуги и её получателя должно иметь деловой характер. Со стороны сотрудника не допускаются жаргонизмы и вульгаризмы. Он должен обращаться к клиенту всегда на «Вы», использовать уважительный тон и лексику. Профессиональные термины рекомендуется объяснять, отвечать на вопросы покупателя, проявляя желание удовлетворить его потребность в услуге. Необходимо уметь расположить клиента к себе. В этом могут помочь следующие фразы: «будьте добры», «ваше мнение важно для нас», «хочу обратить ваше внимание». Запрещено использовать ненормативную лексику, выражать свое недовольство вкусовыми предпочтениями покупателя. Сотрудник должен быть максимально объективен и компетентен. Затрагивать темы, касающиеся личной жизни, не следует.

Также существуют определенные качества, которые противопоказаны работникам сервисной деятельности:

- грубость, бестактность;
- нечестность;
- воровство, жадность;
- разглашение личной информации клиентов;
- желание подчинить интересы клиента своим;
- чрезмерная болтливость [3, с. 58].

Если клиент останется недоволен обслуживанием, то вряд ли он решит обратиться к данной организации повторно, а также никому не порекомендует ее. Есть вероятность того, что негативный отзыв останется не только в книге жалоб и предложений, но и в интернете. Если покупатель выражает сомнения и недоверие, его необходимо выслушать. Конечно, работник, предоставляющий услугу, может оказывать её соответственно только своим прямым обязанностям, не выражая особой дружелюбности и заинтересованности в проблеме клиента. Но улыбка и хорошие манеры оставят благоприятное впечатление о компании.

Эстетическая культура обслуживающего персонала связана с внешним видом. У всех сотрудников данной сервисной деятельности должна быть одинаковая рабочая одежда. Это выделяет рабочий персонал от клиентов. Помимо униформы, важнейшими составляющими внешнего вида являются: обувь, прическа, аксессуары, осанка, мимика. Эстетическая культура расширяет кругозор сотрудника, положительно влияет на имидж предприятия, а также воспитывает такие качества, как дисциплинированность и организованность [4, с. 56].

Большую роль при общении с клиентами в сфере сервиса играют манеры. Хорошие манеры произведут благоприятное впечатление и создают условия расположения клиента в вашу сторону. При

общении необходимо смотреть на клиента, движения должны быть плавными, резкость не допускается.

Мимика и жесты, как составляющие эстетического внешнего облика, должны быть сдержанными и выразительными. Наличие эстетической культуры у работников предприятий сервиса расширяет кругозор, положительно влияет на его нравственность и способствует повышению трудовой активности [6, с. 98].

Согласно культуре обслуживания внешний вид сотрудников должен быть опрятным и аккуратным. Следует избегать ярких тонов, если это не является спецификой персонала (например, аниматоры).

Сервисная деятельность больше, чем любая другая деятельность зависит от профессионального облика сотрудника определенной организации. Когда клиент чувствует, что его интересы уважают, а желания учитывают, у него складывается благоприятное впечатление не только о сотруднике, но и предприятии в целом. Нельзя не упомянуть о том, что персонал организации должен иметь достаточный уровень квалификации, чтобы оказать профессиональную помощь потребителю [5, с. 58].

Таким образом, для успешной деятельности организациям необходимо соблюдать определённые требования, связанные с качеством предоставления услуг. Правила и нормы этикета диктуют внешний вид, навыки общения и поведение обслуживающего персонала. Знание и применение данных аспектов являются неотъемлемой частью сервисной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова З. С. Принципы этики в сфере сервиса // Сервис в России и за рубежом. 2012 № 5 (92), Т. 14. С. 32–41.
2. Феценко В. В. Деловые коммуникации : учебное пособие. Брянск. 2018. 127 с.
3. Феценко В. В. Когнитивный менеджмент и когнитивное моделирование: принципы, методы, функции // Экономика. Социология. Право. 2018. № 2 (10). С. 54–60.
4. Феценко В. В. Мобильность – как вектор развития экономики будущего // Экономика. Социология. Право. 2019. № 1 (13). С. 54–58.
5. Феценко В. В. Совершенствование коммуникаций в управлении человеческими ресурсами в органах муниципального управления // Экономика. Социология. Право. 2017. № 4 (8). С. 56–62.
6. Хильшер В. А., Ананьев Е. В. Профессиональная этика в сфере гостеприимства: значение и функции // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2018. № 1. Т. 12. С. 97–107.

СЕКЦИЯ
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА»

УДК 658.62

К. А. Белолугова

студентка 2-го курса по специальности

«Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров»

Е. Г. Толстова

старший преподаватель

кафедры товароведения, сервиса и управления качеством

ИПТД – филиал ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Нижний Новгород

АССОРТИМЕНТ ПРОДУКТОВ ИЗ ОВСЯНЫХ
ХЛОПЬЕВ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

Для полноценной жизни человеку необходимо здоровое и сбалансированное питание, насыщенное комплексом витаминов, макро- и микроэлементов. Одним из наиболее важных приемов пищи является завтрак. Поэтому для него необходимо подбирать продукты, отвечающие всем требованиям здорового питания. Это означает, что они должны прекрасно насыщать, заряжать бодростью на много часов вперед и быть в меру калорийными. Наиболее полно этим требованиям соответствуют каши, традиционное русское блюдо. Его готовят из различных видов крупы – белого и нешлифованного риса, овсяной, гречневой, ячневой, перловой, пшеничной, кукурузной. Они хорошо сочетаются с мясом, рыбой, грибами, овощами и даже с фруктами. Каши используют как самостоятельное блюдо, а также как десерт или гарнир для мясных и рыбных блюд. Каши полезны для организма в целом, так как содержат полиненасыщенные жиры и не содержат холестерина [1, с. 79]

Большинство диетологов согласны с мнением, что каши являются оптимальным продуктом для завтрака. Ведь они содержат почти полный набор витаминов группы В, необходимых для поддержания правильной работы сердечно-сосудистой, пищеварительной, нервной и

иммунной систем. Требуются эти витамины для сохранения красоты и здоровья кожных покровов [3, с. 36].

Кроме того, включение каш в рацион здорового питания позволит обеспечить организм человека сложными углеводами, являющимися одними из главных источников энергии. Эта полезная и питательная еда поможет сохранить чувство сытости до следующего приема пищи.

Кроме того каши (сваренные на воде, без добавления сахара) имеют невысокую калорийность и вполне могут использоваться при диетическом питании. Они не перегружают работу пищеварительного тракта, поэтому их употребление положительно сказывается на общем самочувствии человека.

Рекомендуется включать каши и в питание людей, стремящихся к похудению. Поскольку их употребление вызывает продолжительное чувство сытости при довольно небольшой калорийности.

Овсяная крупа – одна из самых полезных и питательных круп. В ней около 12 % белка, 65 % углеводов, почти в два раза больше ценных растительных жиров, чем в гречке – 5,8 %, не говоря уже о витаминах и различных минеральных веществах [4, с. 318]. Из овсяной крупы можно приготовить не только каши, но и кисели, овсяное печенье и котлеты, но и много других вкусных и полезных блюд.

Диетолог Карен Ансель считает что «овсянка также отличный выбор, если вы следите за своим весом, благодаря сочетанию клетчатки и воды, вы долгое время чувствуете себя сытым».

Овсяная каша – одно из самых полезных блюд мира. Изобилие в овсяной каше протеинов и клетчатки улучшает все обменные процессы, способствует росту и развитию мышечной ткани [2, с. 92].

В настоящее время в торговых организациях потребителю предлагают широкий выбор товаров из овсяных хлопьев. Они отличаются массой упаковки, стоимостью, энергетической ценностью, способами приготовления.

Приготовленные на пищевом предприятии товары имеют следующие преимущества:

- удобство: быстро и удобно готовить, легко хранить, удобно взять в дорогу;
- полезно: каши дополнительно обогащены минералами, витаминами, а иногда – пробиотиками);
- гарантия безопасности: для приготовления каш используют злаки, проверенные на наличие пестицидов, тяжелых металлов и инсектицидов; каши не содержат красители и консерванты;
- соль и сахар используется в минимальных количествах.

Рассмотрим некоторые из предлагаемых продуктов.

Овсяные хлопья «Геркулес» имеют цену за 400 гр. всего 11 рублей. Время их приготовления 10–15 минут. Энергетическая ценность/калорийность на 100 гр. продукта составляет 1 447 кДж/352 ккал.

При анализе данного продукта были получены следующие показатели качества:

- хлопья имеют не однородный размер;
- при варке они теряют свою форму;
- готовая каша имеет кремово-коричневый оттенок и вязкую консистенцию, не имеет посторонних запахов;
- вкус приготовленной каши – свойственный данному продукту, но присутствует посторонний незначительный привкус горечи.

Хлопья овсяные «Селяночка», их цена за 350 гр. составляет 35 рублей. Время приготовления готового блюда 3–5 минут. Энергетическая ценность /калорийность/ на 100 гр. продукта составляет 1 500 кДж/360 ккал.

При анализе данного продукта были получены следующие показатели качества:

- хлопья имеют разный размер и форму;
- приготовленная каша имеет кремовый цвет и очень вязкую консистенцию;
- вкус каши – свойственный данному продукту, посторонних привкусов и запахов не имеет.

Каша торговой марки «Быстров» с черникой имеет стоимость 26 рублей за 40 гр. Эта каша не требует варки. Время приготовления 5 минут. Энергетическая ценность /калорийность/ на 100 гр. продукта составляет 1564 кДж/371 ккал

При анализе данного продукта были получены следующие показатели качества:

- хлопья имеют однородный размер и форму, они не теряют форму после приготовления;
- готовая каша имеет кремовый цвет с фиолетовым оттенком из-за добавления цельных ягод черники;
- готовое блюдо не имеет посторонних запахов;
- вкус – свойственный данному виду каши, имеет хорошо выраженный привкус черники.

Сравнив 3 вида различных товаров из овсяных хлопьев по цене, энергетической ценности и органолептическим показателям готового продукта, можно рекомендовать потребителям образец № 3 – каша торговой марки «Быстров».

У данного товара высокая энергетическая ценность, а это означает, что организм будет сыт и заряжен энергией. Благодаря компактной упаковке, пакетик с кашей очень удобно брать с собой. Данный образец имеет наиболее простой и быстрый способ приготовления. Готовая каша имеет высокие органолептические показатели. В связи с большим разнообразием натуральных вкусовых добавок, она понравится даже детям. Все перечисленные достоинства оправдывают высокую стоимость предлагаемого продукта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зименкова Ф. Н. Питание и здоровье : учебное пособие. Москва. Прометей. 2016. 168 с.
2. Китаевская С. В. Товароведение продовольственных товаров: продукты растительного происхождения. Учебное пособие. Казань. Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ). 2008. 220 с.
3. Омаров Р. С. Основы рационального питания : учебное пособие. Москва. Берлин. Директ-Медиа. 2014. 78 с.
4. Елисеева Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров. Учебник. Москва. Дашков и К°. 2018. 950 с.

В. А. Виногоров

студент бакалавриата по направлению

«Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов»

Т. А. Курникова

ст. преподаватель кафедры «Техническое обслуживание,

организация перевозок и управление на транспорте»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПРИ РАСЧЕТЕ РАСХОДА ТОПЛИВА НА АВТОМОБИЛЬНОМ ТРАНСПОРТЕ

Во всем мире самым энергетически затратным транспортом является автомобильный. Применяв, математическую модель можно оценить расход топлива любого транспорта. И в связи с этим выбрать наиболее экономичный режим движения. Или, например, заранее просчитать какую модель покупать выгоднее.

Воспользуемся одной из самых популярных математических моделей расхода топлива автомобиля л/100 км [1, с. 195]:

$$Q = \frac{1}{\eta_i} \cdot [A \cdot i_k + B \cdot i_k^2 \cdot v_a + C \cdot (G_a \cdot \psi + 0,077 \cdot kF \cdot v_a^2)] \quad (1)$$

где v_a – скорость автомобиля, км/ч; A, B, C – постоянные коэффициенты для определенной марки автомобиля; η_i – индикаторный коэффициент полезного действия; i_k – средневзвешенное передаточное число коробки перемены передач; ψ – коэффициент суммарного дорожного сопротивления движению автомобиля; kF – фактор обтекаемости; G_a – вес автомобиля.

Коэффициенты A, B, C – зависят от типа двигателя и определяются по соответствующим формулам. Для автомобилей с бензиновым двигателем используют формулы:

$$A = \frac{358 \cdot V_h \cdot i_o}{H_H \cdot \rho_T \cdot r_k}, \quad B = \frac{9 \cdot V_h \cdot S_{II} \cdot i_o^2}{H_H \cdot \rho_T \cdot r_k^2}, \quad C = \frac{100}{H_H \cdot \rho_T \cdot \eta_{TP}} \quad (2)$$

Для автомобилей с дизельными двигателями используют:

$$A = \frac{381 \cdot V_h \cdot i_o}{H_H \cdot \rho_T \cdot r_k}, \quad B = \frac{11 \cdot V_h \cdot S_{II} \cdot i_o^2}{H_H \cdot \rho_T \cdot r_k^2}, \quad C = \frac{100}{H_H \cdot \rho_T \cdot \eta_{TP}} \quad (3)$$

где V_h – рабочий объем двигателя; i_o – передаточное число главной передачи; r_k – динамический радиус колеса; S_{II} – ход поршня; H_H –

низшая теплота сгорания; ρ_T – плотность топлива; η_{TP} – КПД трансмиссии.

Значения плотности топлива и низшей теплоты сгорания зависят от типа двигателя. Средние значения для бензина равны: $\rho_T = 0,76 \text{ кг/м}^3$, $H_H = 44000 \text{ кДж/кг}$; для дизельного топлива – $\rho_T = 0,84 \text{ кг/м}^3$, $H_H = 43000 \text{ кДж/кг}$.

Также от типа установленного двигателя в автомобиле зависит и индикаторный коэффициент полезного действия. Его значение будет зависеть от степени использования мощности. Приблизительно эта зависимость будет приближаться к линейной зависимости. Соответственно можно предположить следующие зависимости определения индикаторного КПД двигателя. Для бензинового:

$$\eta_i = 0,256 + 0,0012 \cdot N_i, \text{ при } N_i = 0 \dots 80 \text{ \%};$$

$$\eta_i = 0,63 - 0,343 \cdot 10^{-2} \cdot N_i, \text{ при } N_i = 80 \dots 100 \text{ \%}.$$

Для дизельного двигателя:

$$\eta_i = 0,43 + 0,21 \cdot 10^{-2} \cdot N_i \text{ при } N_i = 0 \dots 35 \text{ \%};$$

$$\eta_i = 0,5 \text{ при } N_i = 35 \dots 55 \text{ \%};$$

$$\eta_i = 0,58 - 0,15 \cdot 10^{-2} \cdot N_i \text{ при } N_i = 55 \dots 100 \text{ \%},$$

где N_i – процент использования мощности.

От скорости движения автомобиля зависит средневзвешенное передаточное число коробки перемены передач и приближенно вычисляется по формуле:

$$i_k = \frac{K_C \cdot v_{\max} \cdot i_{KП}}{v_a}, \quad (4)$$

где K_C – скоростной коэффициент, v_{\max} – максимальная скорость автомобиля, $i_{KП}$ – передаточное число коробки передач, соответствующее высшей передаче.

Через скоростные характеристики определяется скоростной коэффициент:

$$K_C = \frac{n_{M \max}}{n_{N \max}}, \quad (5)$$

где $n_{M \max}$ – частота вращения коленчатого вала двигателя при максимальном крутящем моменте; $n_{N \max}$ – частота вращения коленчатого вала двигателя при максимальной мощности.

Коэффициент суммарного дорожного сопротивления движению автомобиля вычисляется по формуле:

$$\psi = \frac{0,01 \cdot v_{\max}}{v_a} \quad (6)$$

Фактор обтекаемости вычисляется по формуле:

$$kF = k \cdot \alpha_T \cdot B_a \cdot H_a, \quad (7)$$

где k – коэффициент сопротивления воздуха; α_T – коэффициент заполнения лобовой площади, для легковых автомобилей принимается равной – 0,85; для грузовых – 0,9, для автобусов – 0,97; B_a – ширина автомобиля; H_a – высота автомобиля.

Вес автомобиля определяется по следующей формуле:

$$G_a = g \cdot M_a, \quad (8)$$

где g – ускорение свободного падения, M_a – масса автомобиля.

Рассчитаем расход топлива на примере ГАЗ-2705, выпускаемого с бензиновым и дизельным двигателями.

Общие данные: $B_a = 1.95$ м, $H_a = 2.2$ м, $M_a = 2000$ кг (для снаряженного), $M_a = 3500$ кг (для груженого); шины 175R16C $r_k = 0.31$ м, $\eta_{TP} = 0.89$; $i_o = 5.125$; $i_{KП} = 0.85$; $k = 0.57$; $a_T = 0.9$; $v_{\max} = 115$.

Данные для бензинового двигателя: $V_h = 2,445$; $N_{\max} = 73,5$; $n_{N \max} = 4500$; $n_{M \max} = 2500$; $S_n = 0,092$.

Данные для дизельного двигателя: $V_h = 2,235$; $N_{\max} = 72$; $n_{N \max} = 4000$; $n_{M \max} = 2100$; $S_n = 0.094$.

В зависимости от средней скорости снаряженного и груженого автомобилей с бензиновым и дизельным двигателями на рисунке 1 изображен расход топлива.

Минимальное значение автомобиля с бензиновым двигателем составляет 14 л/100 км для снаряженного, и 16,5 л/100 км для груженого при примерной скорости движения 60 км/ч. Минимальное значение автомобиля с дизельным двигателем составляет 8 л/100 км для снаряженного при примерной скорости движения 50 км/ч, и 10 л/100 км для груженого.

Данная методика расчета может быть использована при определении базовых значений расхода топлива при диагностировании автомобилей.

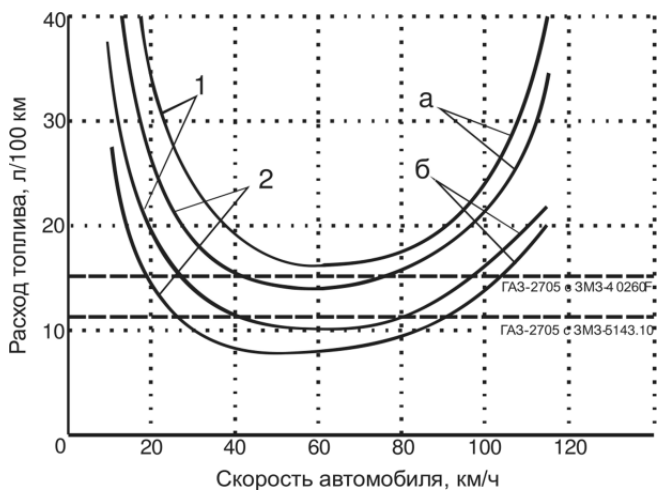


Рисунок 1 – Расход топлива грузового (1) и снаряженного (2) автомобиля с бензиновым (а) и дизельным (б) двигателями

ЛИТЕРАТУРА

1. Говорущенко Н. Я. Системотехника транспорта (на примере автомобильного транспорта). Харьков, РИО ХГАДТУ. 1998. 474 с.
2. Головин С. Ф. Эксплуатация и техническое обслуживание дорожных машин, автомобилей и тракторов. М., Мастерство. 2002. 464 с.

К. В. Глушенкова,

А. И. Семенова

студенты бакалавриата по направлению

«Экология и природопользование»

Е. А. Кротова

к. п. н., доцент кафедры

«Экологическое образование и рациональное природопользование»

ФГБОУ ВО НГПУ им К. Минина, г. Нижний Новгород

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПЕРЕРАБОТКИ ПЛАСТИКОВЫХ ОТХОДОВ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

Актуальной проблемой в XXI веке является потребление пластиковых изделий. С каждым годом пластмасса заполняет масштабные пространства от суши до Мирового океана. Население планеты, понимая масштабы загромождения современного мира пластиковыми отходами, задумываются над тем, как свести к минимуму его использование в быту и тем самым уменьшить экологическую нагрузку на окружающую среду [7].

Примерно 2,5 % образуемых в России отходов – полимерные, которые отправляются на переработку. Остальные отходы, которые не подлежат утилизации направляются на полигоны твердых бытовых отходов для захоронения, что приводит к заполнению территорий и распространению токсичных выбросов при горении мусора [6]. Для сокращения негативных последствий необходимо осуществлять переработку пластиковых товаров. Из него получают сырье, применяемое как добавка при первичном производстве или как основной материал при вторичном производстве [4].

Пластик относится к категории практически не разлагаемых отходов. На его разложение расходуется достаточно много времени. Как правило, сроки разложения изделий из пластика могут достигать до 1 тыс. лет. При этом пластиковые пакеты, которые мы часто используем в нашей повседневной жизни, могут разлагаться от 100 до 1 тыс. лет, а пластиковые бутылки – от 450 лет и более [1].

Ряд стран отказался от пластмассовых изделий во благо улучшения окружающей природной среды и здоровья населения. Пластик оказывает непосредственное воздействие на организм человека. При

нагревании пластмассовых тар, выделяются вредные элементы, содержащиеся в ней, которые попадают в человеческий организм и имеют накопительный эффект. Также животные подвержены экологическому риску, связанному с попаданием пластиковых отходов в Мировой океан, проникающих в их организм. Животные принимают пластик за пищу, поэтому последствия оказываются губительными для многих из них.

Современные технологии по переработке пластиковых изделий помогают утилизировать пластиковые отходы, не накапливая их в объемном количестве [2].

В настоящее время в России применяется механический рециклинг – метод, который основывается на физическом измельчении перерабатываемого сырья. Весьма перспективные внедрения в производстве из перерабатываемого сырья получается флекс и гранулы. Данная реализация эффективна как с экономической точки зрения, так и с экологической. Помимо высокого спроса на вторичное сырье, технология производства гранул и флекса наименее трудоемкая. Пластик как вторсырье может перерабатываться не более 4–5 раз из-за термического воздействия, которое ухудшает свойства полимеров.

В Нижнем Новгороде существует ряд предприятий, которые занимаются переработкой изделий из пластика. Перспективным является предприятие по переработке пластиковых отходов «Фантастик Пластик» [5]. Компания перерабатывает вторичные полимеры, такие как ПЭТ, ПНД и ПВД. На заводе обрабатывают и утилизируют полиэтилен высокого и низкого давления, а также пластиковые бутылки, превращая их различные виды флекса и гранул. Из гранул можно вновь создать изделия из пластика.

Флекс представляет собой полимерные хлопья, которые в следствие применяются для изготовления химических волокон, пластиковой тары и других изделий. Гранулы повсеместно используются в промышленных масштабах, поэтому вторичное сырье данного вида пользуется стабильно высоким спросом.

Технологический процесс переработки вторичных полимеров представляет собой достаточно широкомасштабный процесс, включающий дробилку; флотационную ванную; гранулятор для вторичной переработки пластмасс со встроенным термокомпактором и водокольцевую систему резки [6]. Оборудование должно соответствовать всем параметрам для изготовления вторичных полимеров высокого качества, а также удовлетворять безопасности рабочего персонала, соблюдая меры предосторожности, и выполнять ряд мер по предотвращению

вышедшего одной (или нескольких) установки из функционирования системы.

Вторичная переработка пластмассы, оборудование для которой предложено на рынке в широком ассортименте, позволяет компаниям наиболее рационально использовать материал и экономить денежные средства. Вещества, полученные после прохождения технологии вторичной переработки, значительно понижают расход средств на выпуск пластмассовой продукции.

Начальным этапом утилизации пластика является его тщательная сортировка. Перед тем, как загрузить сырье на транспортёрную линию, его необходимо отсортировать [3].

После сортировки реализуются следующие этапы рециклинга пластмассовых изделий:

- 1) транспортировка;
- 2) измельчение и переработка;
- 3) охлаждение и подогрев;
- 4) система вакуумной дегазации;
- 5) участок расфасовки;
- 6) последним этапом является перепродажа флекса и гранул, с целью изготовления новой продукции.

Привилегия в чистоте материала на выходе достигается за счёт использования запатентованной технологии тонкой фильтрации. Вместо классических сетчатых фильтров применяются пластины с отверстиями от 60 до 110 мкм, выполненные на станке лазерной резки [5].

Таким образом, современные технологии переработки пластиковых изделий направлены на рациональное использование их в дальнейшем. Именно рециклинг является одним из первых модернизаторов в век высоких технологий. Инновации, которые применимы в современном мире приносят экономическую выгоду, повышают конкурентоспособность компании, а также противостоят проблеме с глобализацией отходов производств и потребления, возлагая усилия к улучшению качества жизни населения и окружающей среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимкулов С. О. Алматова У. И., Эгамбердиев И. Б. Отходы – глобальная экологическая проблема. Современные методы утилизации отходов // Молодой ученый. 2014. № 21. С. 66–70.
2. Быстров Г. А., Гальперин В. М., Титов Б. П. Обезвреживание и утилизация отходов в производстве пластмасс. Л., Химия. 1982. 264 с.

3. Кротова Е. А., Вилкова А. Д. Анализ влияния комплекса по производству поливинилхлорида на окружающую среду // Актуальные вопросы и инновации в биологии, экологии, химии, аграрных науках и естественнонаучном образовании. Мининский университет. 2016. С. 93–97.
4. ООО «Фантастик Пластик» – завод по переработке пластмасс [Электронный ресурс]. URL: <https://fplastic.ru> (дата обращения: 21.03.2021).
5. Переработка пластмасс в изделия: технологии и оборудование [Электронный ресурс]. URL: <https://www.chemistry-expo.ru/ru/articles/2016/pererabotka-plastmass-v-izdeliya/> (дата обращения: 20.03.2021).
6. Шкляев В. М., Патракеева С. Д. Пластик – основной источник загрязнения окружающей среды // Научно-технический прогресс: актуальные и перспективные направления будущего. Западно-Сибирский научный центр. 2016. С. 78–79.
7. Энергия из отходов. Мусоросжигательный завод [Электронный ресурс]. URL: <https://w2e.ru> (дата обращения: 20.03.2021).
8. Капитонов И. А. Ресурсный потенциал углеводородного и альтернативного сырья в России и в мире // Вестник экономической интеграции. 2011. № 5. С. 111–117.
9. Черняева Р. В., Пахомова А. И. Разноцветная экономика: от «коричневой» к «зелёной» // В мире научных открытий. 2013. № 4–2 (40). С. 92–103.

И. П. Князева, С. С. Ронжин

*студенты бакалавриата по направлению
«Экология и природопользование»*

Е. А. Кротова

к.п.н., доцент кафедры

«Экологическое образование и рациональное природопользование»

ФГБОУ ВО НГПУ им. К. Минина, г. Нижний Новгород

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМ ОБОРОТНОГО ВОДОСНАБЖЕНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Развитие современного промышленного производства, энергетики, сельскохозяйственного и жилищно-коммунального сектора основывается на системном водопотреблении. Практически все отрасли природопользования ориентированы на большое потребление водных ресурсов. Проблема, которая на сегодняшний день обозначена очень остро, заключается не только в колоссальном потреблении пресных вод, но и в ухудшении их качества, в первую очередь, за счет загрязнения.

Основными потребителями и соответственно источниками загрязнения являются предприятия химической, нефтехимической, целлюлозно-бумажной, горнодобывающей, металлургической, строительной, пищевой промышленности и жилищно-коммунального хозяйства. На обеспечение данных видов деятельности приходится около 70 % всех потребляемых природных вод. Существующие в настоящее время требования и нормативы по водопотреблению и водоотведению, защите и охране водных объектов, не позволяют избежать негативного воздействия на качество водных ресурсов и окружающую среду в целом [4].

Для повышения степени очистки сточных вод предприятий внедряется технология многоступенчатой очистки, которые используются на современных очистных сооружениях культурно-бытовых сточных вод. Данная технология основана на 3–4 этапах в зависимости от загрязненности воды: механический, биологический, физико-химический и обеззараживание УФ-излучением. Не смотря на высокую степень очистки, которая колеблется от 90–98 %, существует процент загрязненности, который поступает в окружающую среду со сбросом сточных вод.

Применение данной технологии на предприятиях черной металлургии, являющейся одной из самых опасных источников загрязнения

воды, весьма затруднено. Предприятия металлургической промышленности включают в себе полный цикл переработки минерального сырья: от добычи руды до выработки металлов с последующей их обработкой. Большое разнообразие обрабатываемого сырья, трудоёмкость и многоступенчатость процессов обуславливают крупный выход сточных вод и высокую степень их загрязнения тяжёлыми металлами. У каждого металлургического предприятия количество образующихся сточных вод на единицу продукции, состав и концентрация загрязняющих примесей существенно отличаются друг от друга. Это создает определённые затруднения в разработке единой схемы очистки сточных вод, в строительстве и содержании очистных сооружений. Для решения этих проблем была разработана технология замкнутого производственного водоснабжения.

Преимуществом технологии замкнутого производственного водоснабжения является возможность использовать водный ресурс многократно, без повторного забора и сброса в водные объекты. Технологические этапы системы оборотного водоснабжения обусловлены объемами сточных вод и теми требованиями, которые предъявляются к качеству очищенных вод. Современная инновационная установка применяется в передовых производственных цехах, на атомных и тепловых электростанциях, на автомойках и других хозяйственных объектах. В зависимости от специфики технологических процессов производства степень загрязнения сточных вод может быть различной, в том числе удовлетворительной, не требующей очистки длительный период. Однако, чаще всего технологические процессы сопровождаются образованием загрязнённых сточных вод уже на начальных этапах производственной цепочки [1].

Замкнутая система водоснабжения является неотъемлемой составляющей организации рационального природопользования на объекте при следующих условиях:

1. Источник водоснабжения не обладает достаточной водоемкостью для удовлетворения потребностей предприятия в полном объеме.
2. Источник водоснабжения находится на значительном удалении (до 4 км) от производственных цехов или располагается на высоте более 25 метров.
3. Водопотребитель располагается в водно-дефицитных регионах с высокой стоимостью воды.
4. Водные ресурсы отличаются повышенной жесткостью или загрязнением источника водоснабжения.

Оборотная система водоснабжения представляет собой замкнутую систему, которая позволяет повторно использовать очищенные сточные воды, прошедшие процесс очистки на очистных соору-

жениях предприятия. Типовая схема реализации оборотного водоснабжения представлена на рисунке 1.

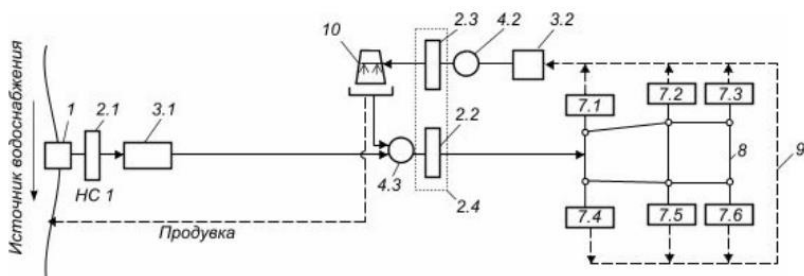


Рисунок 1 – Типовая схема организации оборотного водоснабжения
 1 – водозабор; 2.1 – насосная станция 1-го подъема; 2.2 – насосная станция 2-го подъема; 2.3 – насосная станция оборотной воды; 2.4 – циркуляционная станция; 3.1 – очистные устройства природной воды; 3.2 – очистные устройства загрязненных стоков; 4.2 – резервуар очищенной теплой воды; 4.3 – сборный резервуар очищенной и охлажденной воды; 7 – потребители воды; 8 – водопроводная сеть; 9 – сеть для сбора отработавшей воды; 10 – водоохлаждающее устройство

Внедрение на предприятии системы оборотного водоснабжения исключает сброс сточных вод в водоемы или городскую канализацию. В результате внедрения системы оборотного водоснабжения можно снизить водопотребление промышленного предприятия на 85–95 %, избежать оплаты водоотведения и штрафов за превышение ПДК загрязняющих веществ.

Система оборотного водоснабжения включает от одной до шести стадий очистки сточных вод, среди которых: предпочистка в отстойниках, электрофлотация, фильтрация, адсорбция, обратный осмос.

Наибольший расход воды в любой отрасли промышленности приходится на охлаждение. Анализ данных позволяет выделить следующие отраслевые показатели относительно всего водопотребления: теплоэнергетическая – 96 %; нефтеперерабатывающая – 95 %; химическая и нефтехимическая – 74–95 %; черная металлургия – 75 %; цветная металлургия – 20 %; целлюлозно-бумажная – 70 %.

Отрасли нефтеперерабатывающей, нефтехимической промышленности помимо больших объемов водопотребления отличаются опасным загрязнением сточных вод нефтепродуктами [3].

Благодаря внедрению системы оборотного водоснабжения наблюдается положительная тенденция по сокращению водопотребле-

ния. Зафиксированы следующие показатели относительно водопотребления промышленными предприятиями различных отраслей используемое на охлаждение: теплоэнергетическая – 60 %, целлюлозно-бумажная – 65 %, цветная металлургия – 91 %, нефтеперерабатывающая – 94 %; химическая и нефтехимическая – 64–96 % [2].

Одним из ярких примеров применения системы оборотного водоснабжения в России является Новолипецкий металлургический комбинат. С июля 2009 года на Липецкой производственной площадке был внедрён замкнутый водооборотный цикл, что в результате привело к полному прекращению сбросов промышленно-ливневых сточных вод в водные объекты, а удельное водопотребление снизилось в пять раз. Рассматривая статистические данные Новолипецкого металлургического комбината, можно наблюдать положительную тенденцию по снижению водопотребления и сбросу промышленных сточных вод за период 2007–2020 гг., то есть до и после внедрения технологии замкнутого цикла водопотребления на предприятии.

На рисунке 2 показана динамика снижения удельного водопотребления на Новолипецком металлургическом комбинате.

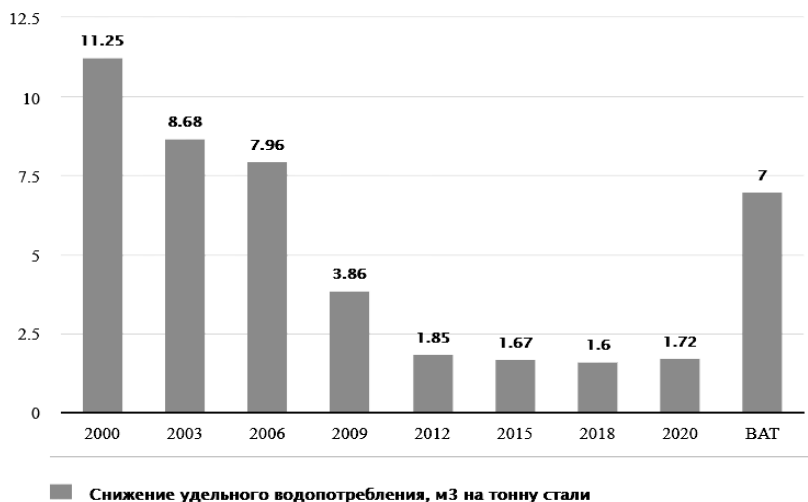


Рисунок 2 – Динамика снижения удельного водопотребления, 2000–2020 гг.

На данной диаграмме отчетливо наблюдается тенденция снижение водопотребления. На Новолипецком металлургическом комби-

нате в период с 2000 года по 2020 год в 7 раз за счёт введения системы замкнутого водооборотного цикла.

За период с 2000 по 2009 годы удельные сбросы в водные объекты снизились на 19 %. Кроме того, за три года, с 2009 по 2012 год, сброс сточных вод сократился до нуля. В настоящее время полностью прекращен сброс промышленно-ливневых вод в водоемы.

При введении замкнутых систем водоснабжения в технологический цикл промышленных предприятий мероприятия по очистке воды и сточных вод следует рассматривать как единую систему. Поэтому проектирование замкнутых систем водоснабжения рекомендуется проводить одновременно с проектированием основного производства.

Таким образом, при внедрении систем оборотного водоснабжения или при переходе с систем частичной рециркуляции на абсолютно замкнутые рециркуляционные комплексы решаются две основные задачи: 1) перекрытие потерь оборотной воды; 2) устранение минерализации. Внедрение систем оборотного водоснабжения металлургических предприятий – задача сложная, дорогостоящая, но в перспективе экономически и экологически оправданная. Наличие систем оборотного водоснабжения предполагает постоянный количественный и качественный состав воды, использование энергосберегающих систем, предотвращает образование минеральных и биологических отложений, предотвращает образование коррозионных образований, а также исключает сброс сточных вод в природные бассейны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамов Н. Н. Водоснабжение. Учебник для вузов. М., Стройиздат. 1974. 480 с.
2. Лебедик Е. А. Автоматизированная система управления качеством воды системы оборотного водоснабжения на металлургическом предприятии : диссертация...канд. техн. наук. 05.13.06. Санкт-Петербург. 2016. 131 с.
3. Кротова Е. А., Вилкова А. Д. Оценка воздействия комплекса по производству ПВХ на поверхностные воды // Экологическое образование для устойчивого развития: теория и педагогическая реальность. Н. Новгород. НГПУ им. К. Минина. 2015. С. 509–511.
4. Турсунова Э. А. Актуальные вопросы создания замкнутых систем производственного водоснабжения // Проблемы современной науки и образования. 2019. № 6 (139). С. 43–44.
5. Шевелев А. В., Михайлова О. В. Обзор факторов, влияющих на процесс обеззараживания воды коронным электроразрядом // Вестник НГИЭИ. 2019. № 7 (98). С. 50–58.

УДК 629.331

Т. А. Курникова

ст. преподаватель кафедры «Техническое обслуживание, организация перевозок и управление на транспорте»

С. Д. Сильчихин

студент СПО по специальности «Техническое обслуживание и ремонт двигателя, систем и агрегатов автомобилей»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И СЕРВИСА АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ

Автотранспорт обеспечивает основные условия жизнедеятельности и является одним из инструментов в достижении экономических и социальных целей. Он относится к межотраслевой системе, развитие которого имеет для России важное значение.

Стабильное развитие транспорта, а также технического обслуживания и сервиса является гарантией свободного перемещения товаров и услуг, устойчивость в экономической сфере, улучшение условий труда и уровня жизни.

Реформы, которых начались в России в начале 90-х годов, изменили характер спроса на транспортные услуги. Они потребовали быстрого развития в сфере транспорта.

Обратимся к статистике. С 2000 года рост транспортных услуг в год составляет для грузовых – 3,8 %, для пассажирских – 6,7 %.

Электромобили, автоматизированные и автоматические системы безопасности, программное обеспечение для автомобилей; спутниковая навигация, диагностика и контроль технического состояния удаленно влияют на развитие всего автосервиса.

Рассмотрим факторы, которые определяют состояние автосервиса в Российской Федерации.

Требования автопроизводителей к дилерским центрам оказывают влияние на уровень цен как на услуги, так и на запчасти.

Теневой бизнес также оказывает влияние на автосервис. Цены на такие услуги, как правило, значительно ниже, чем в дилерском центре. В связи с этим розница стоимости на одни и те же услуги и работы. Стоимость запчастей в розничном магазине и интернет-магазине существенно различаются.

В российском машинном парке всё ещё велика доля автомобилей прошлого столетия с простым конструктивом, которую легко отремонтировать самому.

Всё вышеперечисленные факторы тормозят развитие станций технического обслуживания и ремонта. Рассмотрим факторы, которые способствуют развитию технического обслуживания.

Так, например, сегодняшнее поколение автомобилей имеет более сложный конструктив, высокотехнологичных и электронных элементов. Для полного обслуживания и ремонта такого автомобиля требуется доступ к специальной технической информации, а также необходимость использования контрольно-диагностического оборудования, стоимость которого очень велика.

Парк полностью электрифицированных транспортных средств не сформирован. После формирования, рынок будет изменен на послепродажное обслуживание.

С каждым годом всё больше развивается применение интернет-решений и сетевой автосервис.

Перспективы развития технического обслуживания и автосервиса определяются внедрением новых технологий. В ближайшее время ожидается развитие технологий, позволяющих удаленно проводить диагностику автомобиля, а также оповещать владельца о необходимости предстоящего ТО или внепланового ремонта.

Повышение качества оказываемых услуг путем внедрения передового оборудования на станциях с высокой пропускной способностью. Снизится конкуренция на послепродажное обслуживание путем установления законодательством обязанности производителей предоставлять доступ станциям технического обслуживания к технической информации автомобиля. Также будет сокращаться самостоятельное обслуживание автомобилей за счет внедрения компьютерных технологий.

Таким образом, развитие технического обслуживания и сервиса автомобилей в России зависит от появления технологий нового поколения. Обслуживание автомобилей после продажи носит неминуемый характер. Если не воспринимать новые тенденции развития, то это приведет к потере доходов и, как правило, к банкротству. Соответственно, сервисы, которые своевременно отреагируют на инновации, ждут новые возможности и перспективы, увеличение клиентской базы.

Для развития автосервиса нужны не только новые технологии, но и высококвалифицированный персонал. А современные методы маркетинга и эффективное управление обеспечат спрос на услуги сервисной станции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Епифанов Л. И. Техническое обслуживание и ремонт автомобилей : учебное пособие. М., 2003. 279 с.
2. Фастовцев Г. Ф. Организация технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей : учебное пособие для учащихся авто-транспортных техникумов. М., Транспорт. 2009. 256 с.
3. Кирица А. А. Анализ эффективности использования лизинговых инструментов в российском АПК // Материалы международной научной конференции молодых учёных и специалистов, посвящённой 160-летию В. А. Михельсона. 2020. С. 15–19.

УДК 51-74

Т. А. Курникова

ст. преподаватель кафедры «Техническое обслуживание, организация перевозок и управление на транспорте»

И. А. Финогеев

студент СПО по специальности «Техническое обслуживание и ремонт двигателя, систем и агрегатов автомобилей»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р., п. Воротынец

РОЛЬ МАТЕМАТИКИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В современном мире, благодаря развитию компьютерных технологий, нет необходимости применять сложные расчеты. Но есть потребность читать информацию, которая представлена в различной форме: табличной, графической. А также уметь делать замеры, пользоваться техникой. Не зная математику, человек не может построить дом или сосчитать деньги. Ещё сложнее спрогнозировать прибыль и т. д. Без знаний математики человечество бы ни смогло изобрести не только автомобили, компьютеры или программное обеспечение, но даже велосипед или паровой двигатель.

Но нужна ли математика профессии автомеханик и как она поможет при ремонте автомобилей.

Прежде всего, обратимся к определению: кто же такой автомеханик? Автомеханик – это рабочий широкого профиля, который не только выполняет операции по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств, но контролирует техническое состояние автомобилей с помощью диагностического оборудования и приборов, а также управляет автотранспортными средствами.

Рассмотрим некоторые области автомобиля, где нам пригодятся знания математики.

Фары автомобиля должны иметь строго форму параболоида. Параболоид – это поверхность, которая получается путем вращения параболы вокруг своей оси. Такая форма фар необходима для того, чтобы её зеркало могло отражать параллельным пучком лучи. Разумеется лампочка должна находиться в определенной точке этого параболоида. А для того, чтобы узнать, где находится эта точка, то нам необходимы знания математики.

Для того, чтобы можно было заметить транспорт на обочине или дороге с выключенными фарами необходимо под правильным углом установить катафоты. Это поверхность, которая отражает в противоположном направлении попавший на неё свет. Она состоит из четырехугольных пирамидок, в основании которых лежит прямоугольник.

Шестерёнки в автомобиле есть практически везде. При выходе шестерёнки из строя необязательно сразу покупать новую. Её можно подточить или изготовить самому. Это ведь несложно, зная как можно разделить окружность на шесть равных частей.

Ещё одна область автомобиля, в которой придется столкнуться с математикой, это подбор поршней к цилиндрам. Для этого необходимо вычислить зазор как разность между диаметрами цилиндра и поршня. Предельно допустимый зазор равен 0,15 мм, а номинальный – 0,025–0,045 мм. Для того чтобы измерить диаметр правильно необходимо микрометр расположить в плоскости, которая перпендикулярна оси поршневого пальца, на расстоянии 51,5 мм от днища поршня.

Как известно, люфт руля на легковом автомобиле не должен быть больше 10 градусов. Если люфт будет составлять более 30 мм, то необходимо проверить рулевой механизм.

В автомобильной механике огромную роль играют передаточные числа. Для того чтобы их вычислить, необходимо уметь выполнять различные расчеты, то есть нужны знания математики. На передаточное отношение влияет всё, от передаточного числа главной передачи и трансмиссии до размеров шин.

Вычислить объем двигателя, не зная математики, невозможно. Необходимо выяснить размер каждого цилиндра и сложить. Это число и будет являться рабочим объемом двигателя. Соответственно, должна быть рассчитана и производительность системы охлаждения, известна емкость камеры сгорания.

С помощью математики вычисляется и давление, при котором должен работать масляный насос. Впрыск топлива также требует точности для того, чтобы поддерживать определенное давление и расход во всем интервале оборотов в минуту. Шины должны быть накачены до конкретного значения PSI, который уже и есть уравнение математики.

Таким образом, делаем вывод, что математика является базой даже для такой профессии как автомеханик.

ЛИТЕРАТУРА

1. Передерий В. П. Устройство автомобиля : учебное пособие. М., ИД «ФОРУМ». ИНФРА-М. 2008. 288 с.
2. Стуканов В. А. Устройство автомобилей : учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. Москва, Форум. ИНФРА-М. 2013. 495 с.
3. Генералов И. Г., Баженов Р. И., Полянский М. В., Губанова Е. В. Методический подход оценки использования ресурсов для производства зерна на основе нахождения производственных функций // Вестник НГИЭИ. 2020. № 11 (114). С. 79–89.

СЕКЦИЯ «НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ»

УДК 332

А. А. Вартазарян

*студентка 2-го курса магистратуры по направлению
«Бизнес-информатика»*

ГБОУ ВО НГИЭУ, г. Княгинино

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ЦЕНТРА ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ «IT-КУБ. КНЯГИНИНО»

В современной динамично меняющейся экономике прогрессивные изменения в реальном секторе определяются, главным образом, темпом развития и наращивания потенциала. Одной из наиболее важных и актуальных проблем, с которыми сталкивается любая организация – эффективное размещение ресурсов [1, с. 9].

Исследование ресурсного потенциала IT-куба должно начинаться с анализа помещений, так как они являются основным фактором роста количества обучающихся. Так при недостаточных площадях помещений и количества посадочных мест невозможно увеличивать общую численность обучающихся, а также сложно внедрять новые образовательные программы в IT-кубе.

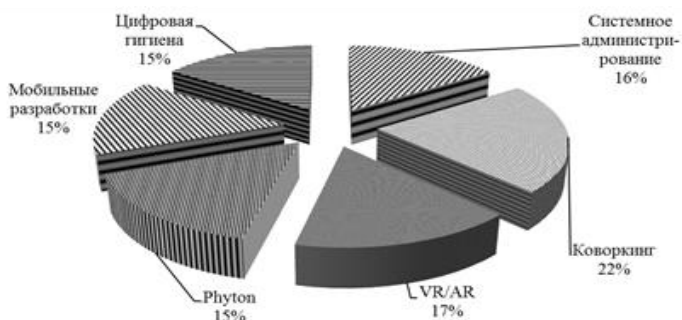


Рисунок 1 – Структура кабинетов IT-Куб Княгинино в занимаемой площади, м²

Наибольший удельный вес в структуре площадей кабинетов приходится на Коворкинг – 22 % (74 м²). Под VR/AR отведено 53,6 м² (17 %), системное администрирование – 52,4 м² (16 %). Наименьший удельный вес приходится на Phytон (52 м²), мобильные разработки (52 м²) и цифровую гигиену (52 м²) – по 15 % занимаемой площади.

Затраты на ИТ – значительная статья расходов многих организаций. Значимая часть этих затрат связана с материальными и нематериальными ИТ-активами, составляющими ИТ-среду организации. В связи с этим организация управления ИТ-активами – это вопрос финансовой эффективности всей организации [2, с. 774; 3].

Ввиду своей специфики в ИТ-кубе располагает разнообразными ИТ-активами: компьютеры, ноутбуки, МФУ, шлемы виртуальной реальности, различные наборы и др. [4].

Таблица 1 – Перечень ключевых ИТ-активов

ИТ-актив	Сумма, руб.	Количество, ед.
Ноутбуки	1 396 167,57	55
МФУ	294 622,21	7
Шлемы виртуальной реальности	182 883,04	5
Моноблоки	693 014	13
Системные блоки	150 570,00	7
Планшеты	301 990,00	13
Наборы	655 401,83	52

В ИТ-кубе насчитывается 55 ноутбуков различной мощности на общую сумму 1 396,2 тыс. руб. Суммарная стоимость наборов (52 единицы – набор «Технология и физика», Ресурсный набор для изучения робототехники LEGO MINDSTORMS Education EV3, набор «Возобновляемые источники энергии») составляет 655,4 тыс. руб. В ИТ-кубе 13 моноблоков общей стоимостью 693,0 тыс. руб., 13 планшетов на сумму – 301,9 тыс. руб., 7 многофункциональных устройств на сумму – 294,6 тыс. руб., 5 шлемов виртуальной реальности на сумму – 182,9 тыс. руб., 7 системных блоков на сумму – 150,6 тыс. руб.

Следует отметить, что кроме обозначенных в таблице ключевых ИТ-активов в изучаемом ИТ-кубе насчитывается более 50 различных наименований для реализации образовательных программ.

Исследование потенциал центра цифрового образования детей «ИТ-Куб. Книгинино» позволяет сделать выводы, что для осуществления обозначенных задач правительством Нижегородской области сложилась мощная материально-техническая база, подкрепленная сильным административным и педагогическим персоналом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аксён Р. А. Формирование приоритетных направлений развития ресурсного потенциала предприятия // Вестник университета. 2010. № 6. С. 9–12.
2. Давлеткиреева Л. З. Перспективы внедрения информационной системы управления ИТ-активами в банковский сектор // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 12–5. С. 774–779.
3. Шамин Е. А., Генералов И. Г., Завиваев Н. С., Черемухин А. Д. Сущность информатизации, ее цели, субъекты и объекты // Вестник НГИЭИ. 2015. № 11 (54). С. 99–107.
4. Генералов И. Г., Суслов С. А. Модель оптимизации проектов, основанная на нахождении критического пути // Вестник НГИЭИ. 2014. № 5 (36). С. 36–41.

А. А. Вартазарян

*студентка 2-го курса магистратуры по направлению
«Бизнес-информатика»*

ГБОУ ВО НГИЭУ, Княгинино

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ЦЕНТРА ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ «IT-КУБ. КНЯГИНИНО» В НОТАЦИИ IDEF0

IDEF0 рекомендуется использовать на начальных стадиях проектирования сложных искусственных систем управления, производства, бизнеса, которые охватывают людей, оборудование и программное обеспечение [1]. Если при практическом применении моделирования бизнес-процессов возникнет необходимость его дальнейшей декомпозиции, то благодаря универсальности стандарта IDEF0 пользователи смогут с минимальными усилиями осуществить более глубокую декомпозицию тех или иных бизнес-процессов [1; 2; 3].

Смоделированный бизнес-процесс верхнего уровня «Деятельность IT-куба» в нотации IDEF0 включает следующие дуги:

1. Входы:

- сведения об обучающихся;
- документы сотрудников;
- договорная документация;
- школьники.

2. Выходы:

- сведения о выпускниках;
- отчеты;
- выпускники.

3. Механизмы:

- педагоги;
- методист;
- административно-управленческий персонал.

1. Управление:

- устав;
- законодательство;
- внутренние распорядительные документы.

Контекстная диаграмма представлена на рисунке 1.

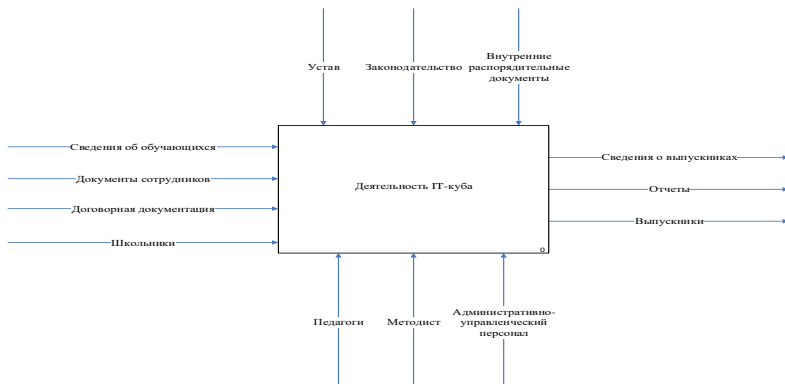


Рисунок 1 – Контекстная диаграмма деятельности IT-куба в нотации IDEF0

Диаграмма декомпозиции бизнес-процесса «Деятельность IT-куба» представлена на рисунке 2.

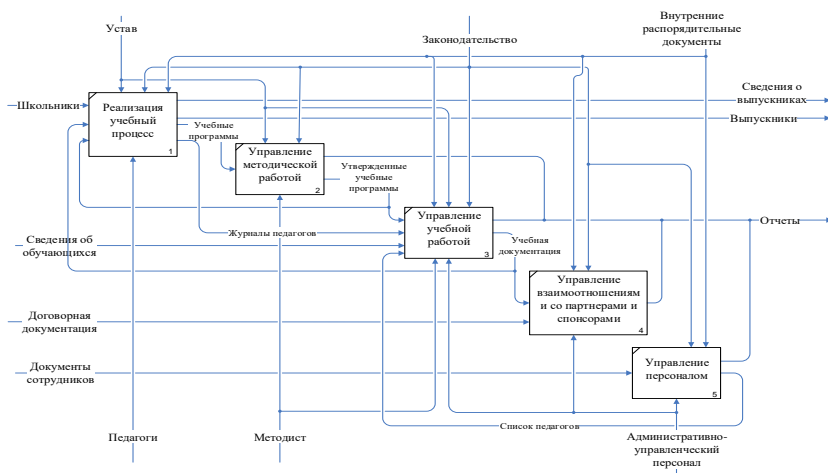


Рисунок 2 – Диаграмма декомпозиции деятельности IT-куба в нотации IDEF0

При декомпозиции деятельности IT-куба можно выделить пять взаимосвязанных блоков:

1. Реализация учебного процесса (входы: школьники, утвержденные учебные программы и учебная документация; выходы: све-

дения о выпускниках, учебные программы, журналы педагогов, выпускники; механизмы: педагоги; управление: устав, законодательство, внутренние распорядительные документы).

2. Управление методической работой (входы: учебные программы; выходы: отчеты и учебные программы; механизмы: методист; управление: устав и внутренние распорядительные документы).

3. Управление учебной работой (входы: утвержденные учебные программы, журналы педагогов, сведения об обучающихся и списки педагогов; выходы: отчеты и учебная документация; механизмы: методист и административно-управленческий персонал; управление: устав, законодательство и внутренние распорядительные документы).

4. Управление взаимоотношениями с партнерами и спонсорами (входы: учебная документация и договорная документация; выходы: отчеты; механизмы: административно-управленческий персонал; управление: законодательство и внутренние распорядительные документы).

5. Управление персоналом (входы: документы сотрудников; выходы: отчеты и список педагогов; механизмы: административно-управленческий персонал; управление: законодательство и внутренние распорядительные документы).

ЛИТЕРАТУРА

1. Коваленко Н. В., Финогеева В. Е. Современные аспекты моделирования бизнес-процессов предприятий металлургической отрасли с использованием стандарта IDEF0 // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. 2019. № 1. С. 18–24.

2. Шамин Е. А., Генералов И. Г., Завиваев Н. С., Черемухин А. Д. Сущность информатизации, ее цели, субъекты и объекты // Вестник НГИЭИ. 2015. № 11 (54). С. 99–107.

3. Генералов И. Г. Процессный подход при разработке механизма формирования конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций, занимающихся производством зерна // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 3 (16). С. 87–90.

Е. А. Васильева

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

К. А. Гришанова

*студентка 1го курса магистратуры по направлению «Менеджмент»
ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец*

РАЗРАБОТКА И ОБОСНОВАНИЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА

Для разработки программы дополнительного образования «Официант/бармен» из профессионального стандарта выберем обобщенную трудовую функцию «Обслуживание потребителей организаций питания блюдами и напитками», так как она соответствует уровню квалификации 4 и предполагает подготовку к выполнению работы по профессии официант (бармен).

Данная обобщенная трудовая функция содержит трудовые функции, которые будут определять основное содержание программы обучения (рисунок 1).

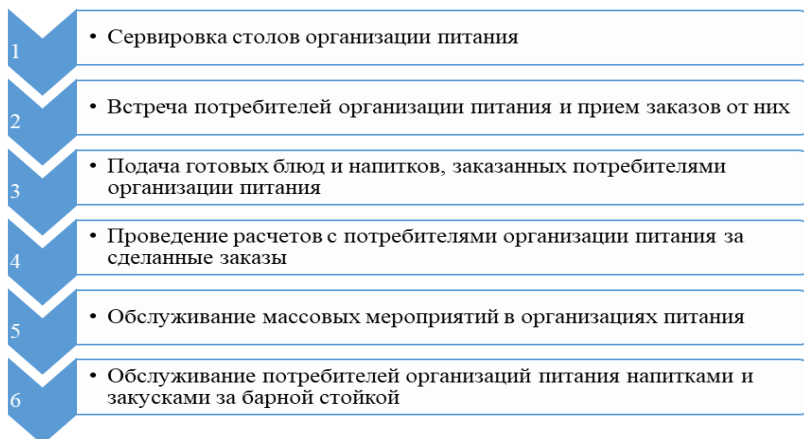


Рисунок 1 – Трудовые функции официанта (бармена)

Каждая трудовая функция определена трудовыми действиями, необходимыми знаниями и умениями, ориентация на которые будет дополнять содержание программы дополнительного образования.

Программа профессионального обучения рассчитана на 150 часов. Стоимость программы определена вузом и составляет 15 000 рублей. Завершается освоение образовательной программы итоговой аттестацией, проходящей в форме сдачи квалификационного экзамена по виду профессиональной деятельности «выполнение работ по профессии официант, бармен». При успешном прохождении итоговой аттестации будет выдаваться свидетельство о профессиональной подготовке.

Основываясь на вышесказанном, составим рабочий учебный план обучения по программе дополнительного профессионального образования «Официант/бармен», в котором отражены наименования изучаемых дисциплин, форма промежуточной аттестации и количество часов, отведенное на изучение каждой дисциплины (таблица 1).

Таблица 1 – Рабочий учебный план обучения

№ п/п	Наименование дисциплины	Форма промежуточной аттестации	Количество часов
1.	Правовое обеспечение профессиональной деятельности	зачет	12
2.	Основы психологии и профессиональной этики	зачет	12
3.	Требования охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности в организациях питания	зачет	12
4.	Организация обслуживания потребителей организаций питания	зачет	108
5.	Квалификационный экзамен		6
6.	Итого		150

Таким образом, рабочий учебный план включает в себя дисциплины, которые охватывают весь перечень знаний, умений и формируемых компетенций согласно профессиональному стандарту 33.013 «Официант/бармен» и соответствует требованиям законодательства РФ в части разработки и реализации программ дополнительного профессионального образования.

Материально-техническое обеспечение образовательной программы.

Обучение по программе дополнительного профессионального образования «Официант/бармен» предусматривает наличие следующих помещений:

1. Учебный кабинет для проведения теоретических и практических занятий.

2. Учебный ресторан с барной стойкой.

Оборудование учебного кабинета: рабочее место обучающегося (столы и стулья) по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя (письменный стол, стул, компьютер с выходом в интернет и установленным программным обеспечением), доска, презентационное оборудование (мультимедийный проектор, экран, акустические колонки); учебно-методические и раздаточные материалы.

Оборудование учебного ресторана: обеденные столы, рассчитанные на одновременную посадку 6 человек за одним столом – 4 штуки; стулья – 24 штуки; барная стойка – 1 штука; блендер; кофемашинка; льдогенератор; машина посудомоечная; салат-бар; шкаф винный; миксер для молочных коктейлей; комплекты стеклянной и металлической посуды, столовых приборов, столового белья; POS-терминал; персональный компьютер; телевизор; принтер.

Предложенное материально-техническое обеспечение содержит минимальный перечень оборудования, необходимого для реализации программы дополнительного профессионального образования «Официант/бармен». Этот перечень может быть дополнен в зависимости от особенностей реализации данной программы.

Итак, разработанная программа дополнительного профессионального образования «Официант/бармен» отражает требования профессионального стандарта к результатам обучения по данной профессии, содержит минимальные требования к материально-техническому обеспечению учебного процесса. Рабочий учебный план программы предполагает изучение четырех дисциплин, содержание которых должно формировать указанные трудовые функции (компетенции), необходимые знания и умения, прописанные в профессиональном стандарте 33.013 «Официант/бармен».

Дополнительное образование является особым образовательным пространством, где осуществляются специализированные образовательные программы по развитию индивида и его организации, так как оно формирует новые жизненные умения, способности и компетенции, расширяя тем самым практический опыт [1].

В современном мире образовательные организации ведут конкурентную борьбу за предоставление более качественного образовательного продукта. Для того чтобы образовательная организация имела высокий уровень конкурентоспособности, необходимо уделять должное внимание проблеме повышения конкурентоспособности, как на уровне региона, так и на уровне страны, что будет являться залогом процветания организации в ближайшем и отдаленном будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гузеев В. В. Планирование результатов образования и образовательная технология. Учеб. пособие для вузов. М., Народное образование. 2007. 268 с.

И. Г. Генералов

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

А. С. Карпов

студент 1-го курса магистратуры направления «Менеджмент»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СТУДЕНТОВ ПРИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНСТИТУТЕ ТРАНСПОРТА, СЕРВИСА И ТУРИЗМА ГБОУ ВО НГИЭУ

Качество организации культурно-досуговой деятельности студентов влияет на формирование условий для индивидуального самоопределения и творческой самореализации, средой формирования нравственной культуры коллектива, развития социальной активности и инициативы обучающихся, независимости их суждений, что в итоге способствует формированию разносторонней личности в единстве ее ценностных и технологических компонентов.

С целью выявления досуговых предпочтений студентов и определения проблем был проведен социологический опрос среди обучающихся 1–2 кура Института. Респондентам представлялась возможность определить те виды деятельности, которыми они занимаются в свободное от обучения время. В первом вопросе респонденты выбирали тот вид творческой деятельности, которым им хотелось бы заняться в Институте (рисунок 1).

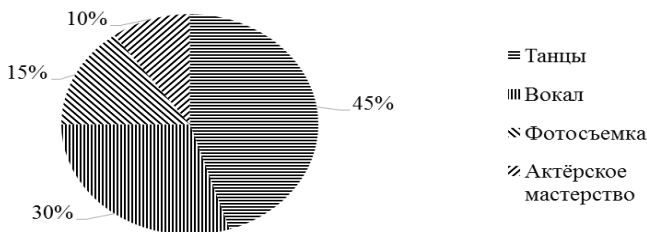


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Каким видом деятельности Вы хотите заниматься?»

По данным диаграммы можно сделать вывод о том, что танцами хотят заниматься большая часть студентов (45 % опрошенных); 30 % желают заниматься вокалом; обучающиеся, которые хотят заниматься фотосъемкой и актерским мастерством – 15 и 10 % соответственно.

Следующий вопрос был задан с целью узнать почему респонденты не могут заниматься желаемыми видами деятельности (рисунок 2).

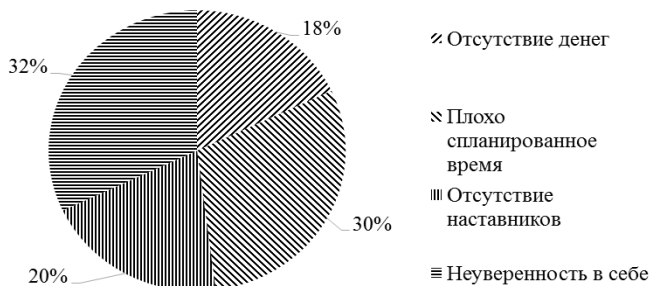


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос «Что Вам мешает заниматься этими видами творчества?»

Исходя из представленной диаграммы следует отметить, что недостаток времени и неуверенность в себе являются у опрошенных основными причинами – проблемами, возникающими при выборе досуговой деятельности. Стоит обратить внимание, что 20 % респондентов отмечают в качестве проблемы отсутствие наставников.

Для выбора наилучшего варианта нами был использован метод «Дельфи», который заключается в оценке каждого ответа в баллах в определенной последовательности с учетом степени важности.

Респондентам необходимо расставить критерии в соответствии со своими предпочтениями. В нашем случае следует им придать следующую количественную характеристику (от 0 до 4):

- 0 – никогда;
- 1 – редко;
- 2 – часто;
- 3 – довольно часто
- 4 – регулярно.

Студентам был представлен список с видами деятельности, в котором они должны были поставить цифру от 0 до 4 в зависимости от того, чем они занимаются в свое свободное время и как часто. Результаты опроса представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос
«Как часто Вы занимаетесь этими видами досуга?»

Вариант ответа	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Чтение книг, прессы	3	3	1	1	3	1	4	4	1	0	4	3	1	3
Просмотр ТВ	3	3	1	1	1	3	1	4	0	4	3	0	3	3
Творческая деятельность	3	3	4	0	1	1	3	4	0	0	4	3	3	4
Занятие спортом	3	1	0	3	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3
Общественная деятельность	4	1	3	1	1	3	3	4	0	1	4	3	1	3
Прогулки	4	3	3	3	3	4	4	4	0	1	4	3	3	3
Общение с друзьями	4	3	3	3	4	4	4	4	3	0	4	3	3	4
Компьютер (социальные сети, игры и т. д.)	3	3	4	1	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3

Следует отметить, что опрашиваемые респонденты являются разносторонними личностями – наблюдается высокая частота показателей «довольно часто» и «регулярно». Есть респонденты, которые в свободное время могут заниматься большей частью представленных видов деятельности, а также те, кто в виду своей заинтересованности старается заниматься только наиболее важным и интересным для него.

Далее проанализируем степень согласованности экспертов по представленным вариантам социологического опроса (таблица 2).

Таблица 2 – Оценка согласованности

Вариант ответа	Сумма рангов	Отклонение от среднего значения	Квадрат отклонения
Чтение книг, прессы	32	5,4	28,9
Просмотр ТВ	30	7,4	54,4
Творческая деятельность	33	4,4	19,1
Занятие спортом	39	-1,6	2,6
Общественная деятельность	32	5,4	28,9
Прогулки	42	-4,6	21,4
Общение с друзьями	46	-8,6	74,4
Компьютер (социальные сети, игры и т. д.)	45	-7,6	58,1

Определяем коэффициент конкордации, который показывает согласованность мнений экспертов.

В исследуемом случае значение коэффициента конкордации составляет 0,183, т. е. мы наблюдаем разносторонность деятельности

респондентов. Погрешность расчета составляет 1,2 %, что является высоким показателем точности проведенного социологического исследования.

Для оценки тесноты связи данных направлений деятельности следует построить матрицу частных коэффициентов корреляции, которые позволят оценить взаимосвязь между предпочтениями респондентов.

Таблица 3 – Матрица коэффициентов корреляции

Ответ на вопрос	X ₁ – чтение книг, прессы	X ₂ – просмотр TV	X ₃ – творческая деятельность	X ₄ – занятие спортом	X ₅ – общественная деятельность	X ₆ – прогулки	X ₇ – общение с друзьями	X ₈ – компьютер (социальные сети, игры и т. д.)
X ₁ – чтение книг, прессы	1							
X ₂ – просмотр TV	0,057	1						
X ₃ – творческая деятельность	0,646	0,249	1					
X ₄ – занятие спортом	0,038	0,281	-0,189	1				
X ₅ – общественная деятельность	0,598	0,294	0,716	0,127	1			
X ₆ – прогулки	0,615	0,279	0,613	-0,156	0,756	1		
X ₇ – общение с друзьями	0,669	-0,132	0,476	-0,123	0,513	0,673	1	
X ₈ – компьютер (социальные сети, игры и т. д.)	-0,045	0,134	0,134	-0,021	0,061	-0,311	-0,196	1

Таким образом, наблюдается тесная взаимосвязь между различными видами деятельности. Так, например, обучающиеся, чаще читающие книги, больше всего общаются с друзьями, занимаются творческой и общественной деятельностью и практически никогда не

сидят за компьютером. Однако наблюдается и обратная связь между теми, кто постоянно уделяет свое свободное время компьютеру. Эта категория людей очень редко занимается каким-либо другим видом деятельности и взаимодействие с другими людьми им дается очень трудно.

Результаты опроса и анализ проблемы позволили сделать вывод, что студенты института транспорта, сервиса и туризма являются разносторонними личностями, которым необходима возможность периодически реализовывать свои потребности в сфере досуговой деятельности. Стоит отметить, что выбранные респонденты определяли те направления досуга, которые меньше всего организованы в программе досуговой деятельности Института. В связи с этим необходимо разработать комплекс мероприятий для решения данной проблемы.

УДК 332

И. Г. Генералов

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

А. С. Карпов

студент 1-го курса магистратуры направления «Менеджмент»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ СТОИМОСТИ ПРОЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦАХ ОТ НОМЕРНОГО ФОНДА (НА МАТЕРИАЛАХ ВОРОТЫНСКОГО РАЙОНА)

В условиях активного развития гостиничного бизнеса любому предприятию сферы услуг необходимо постоянное развитие и совершенствование своей деятельности. Процессы, идущие в цивилизованном обществе, делают предприятия все более сложной системой, поскольку интересы персонала и потребителей услуг усложняются. Значимость системно-аналитической деятельности, обеспечивающей целостность развития предприятий возрастает. В связи с этим возникает необходимость в проведении эконометрического анализа, как важного направления в системном анализе предприятий гостиничного типа (сектора Воротынского района) предоставляющих услуги проживания.

Регрессионный анализ – метод моделирования, который заключается в оценке влияния объясняющей переменной на объясняемую [1, с. 16].

Рассмотрим график зависимости стоимости проживания от номерного фонда (рисунок 1).

Коэффициент a составил 1258,79, это свидетельствует о том, что при нулевом количестве номерного фонда стоимость номера составит в среднем 1 258,79 руб.

Коэффициент b констатирует о том, что при увеличении количества номеров на 1 шт., стоимость проживания увеличится в среднем на 75,89 руб.



Рисунок 1 – График зависимости стоимости проживания от номерного фонда гостиничного сектора Воротынского района

Полученные данные позволяют составить уравнение зависимости, имеющее вид $y_1 = 1258,79 + 75,89x$. Подставив фактические значения независимой переменной x в данное уравнение получаем теоретические (расчетные) значения (таблица 1).

Таблица 1 – Вывод остатка

Наблюдение	Предсказанное (стоимость проживания)	Остатки
1	1 865,915	1 034,085
2	2 245,367	-1 945,367
3	2 397,148	-1 197,148
4	1 638,244	461,756
5	1 486,464	763,536
6	2 017,696	782,304
7	1 562,354	-262,354
8	2 928,381	1 071,619
9	2 473,038	1226,962
10	1 941,806	-841,806
11	2 093,587	-1 093,587

Для определения связи между зависимой и независимой переменными рассчитаем линейный коэффициент парной корреляции.

Коэффициент составил 0,364, т. е. связь между номерным фондом и стоимостью проживания в данном номере прямая и умеренная.

Следующим этапом необходимо определить долю дисперсии объясняемой регрессией в общей дисперсии результативного показателя, применив коэффициент детерминации.

Вариация стоимости проживания на 13,2 % объясняется вариацией количества номеров, а остальные 86,8 % приходятся на факторы, не вошедшие в данную модель. Все полученные данные были взяты из расчетов в программном продукте MS EXCEL.

Таким образом, по результатам проведенного парного регрессионного анализа можно сделать вывод о том, что существуют дополнительные переменные, которые оказывают большее влияние на развитие стоимости проживания в номере с одной стороны, а с другой – следует допустить нелинейность этих взаимосвязей. Поэтому дальнейшая оценка зависимости должна опираться на множественный регрессионный анализ или на построение модели Кобба-Дугласа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Генералов И. Г., Суслов С. А. Эконометрика. Учебное пособие. Княгинино : НГИЭУ. 2015. 160 с.
2. Черкесова Э. Ю., Пахомова А. И. Современные сценарии развития городов в условиях инновационной экономики // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия. 2019. С. 307–310.

С. С. Емельянов

*старший преподаватель кафедры «Техническое обслуживание,
организация перевозок и управление на транспорте»*

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Ограничения, введенные в связи с пандемией коронавируса, оказали значительное воздействие на физическую культуру, в том числе.

Указом Президента РФ от 02.04.2020 № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» были установлены с 4 по 30 апреля 2020 года включительно нерабочие дни [1], что вынуждало население оставаться в пределах своего дома, квартиры.

Был введен формат дистанционного обучения. В полной мере были реализованы требования к методам традиционного обучения. Новый формат обучения был в новинку и помог реализовать творческий подход в ходе образовательного процесса у учащихся и учителей. Возросло резко значение применения коммуникативных и информационных технологий, что послужило к созданию и образованию новых образовательных процессов. В режиме дистанционного обучения необходимым стало сформировать знания в организации физической активности, укрепление и поддержания здоровья, ведение здорового образа жизни.

После введение коронавирусных мер, множество образовательных учреждений были переведены на дистанционной обучение, что значительно отразилось на здоровье человека в физическом плане, это и обуславливает актуальность данной тематики.

Люди лишились ежедневной физической активности из-за самоизоляции, о чем демонстрируют статистические данные, которые были выявлены с инновационных гаджетов, фиксирующих тренировки, и спортивных часов Fitbit, Polar, Garmin за время пандемии. Эти данные показывают нам, как большинство людей отреагировало на ограничительные меры.

Исходя из вышесказанного, сформулированы основные выводы проведенного исследования, весной 2020 года ежедневная актив-

ность людей снизилась в среднем во всём мире примерно на 12 % по сравнению с весной 2019 года. Самыми популярными видами спорта в период изоляции стали ходьба и тренировки на велотренажерах. Резко возросло количество тренировок по подъему по лестнице, данные показатели выросли на 525 %. По сравнению с 2019 годом, когда более половины всех занятий в помещениях являлись силовыми, весной 2020 года около половины всех тренировок основаны на кардиоупражнениях [2].

Наиболее значимы выводы о том, что люди, ведущие наиболее активный образ жизни, стали уделять спорту еще больше времени. Напротив, люди, ведущие малоподвижный образ жизни, стали еще меньше двигаться. Оказывается, выбор в пользу своего здоровья, а значит, и ведение активного образа жизни – это осознанный выбор людей, понимающих всю значимость своего физического состояния и его непосредственное влияние на качество жизни, на результаты труда. Люди, ведущие активный образ жизни, становятся более выносливыми и конкурентоспособными по сравнению с теми, кто пренебрегает спортом.

В этой связи становится актуальным вопрос о проведении обучающимся тренировок в интернете в домашних условиях. Данные тренировки станут хорошей альтернативой, помогающей сохранить мышцы в тонусе. Домашнее пространство может быть оборудовано простыми тренажерами и снарядами. Если учитывать, что данная учебная дисциплина будет реализована в полный объем, необходимо выработать новую концепцию обучения, в которой будут учтены все проблемы дистанционного обучения: самостоятельное выполнение упражнений.

Использование новых методов преподавания позволяет реализовывать образовательные требования:

1. Укрепление мотивационной основы учащихся [4].
2. Использование большего объема теоретических материалов в новых форматах.
3. Использование электронных тестирований.

Необходимость совершенствования методов физической культуры основана на том, что дистанционное обучение неразрывно связано с малоподвижным образом жизни, что негативно сказывается на здоровье в целом [5]. Физическая культура – неотъемлемая часть физического воспитания.

Следует отметить, что дистанционное обучение не следует рассматривать как ограничение физической культуры, поскольку все ценности сохраняются. Время дистанционного обучения можно ис-

пользовать для формирования определенных личных достижений в физическом плане.

Также было проведено исследование в виде анкетирования, что помогло выявить нам качество проведения уроков по дисциплине «Физическая культура» и узнали какое количество студентов, понравился формат проведения физической активности в условиях самоизоляции. В ходе исследования было задействовано 50 человек. В ходе проведенного опроса удалось получить интересные результаты. Так, результаты анкетирования показали нам, что большинству числу студентов понравился данный формат проведения занятий. Данные занятия помогли многим поддерживать здоровый образ жизни, укрепить своё здоровье, улучшить настроение и не унывать в такое тяжелое время. Исходя из данных, мы узнали, что занятия проводились качественно, грамотно под чётким руководством преподавателя.

Таким образом, образ жизни людей после режима самоизоляции претерпел ряд существенных изменений, что отразилось на физической активности людей, исходя из статистических данных о ее снижении. Необходимо помнить, что домашние занятия спортом помогут поддержать физическую форму, укрепить физическое состояние и сохранению нормального самочувствия. Регулярно выполняя упражнения находясь даже дома человек обеспечивает себе крепкое физическое здоровье и наполнится энергией и силами для преодоления жизненных трудностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента РФ от 2 апреля 2020 г. № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» // Собрание законодательства Российской Федерации. 06.04.2020. № 14 (часть I) ст. 2082.

2. Корольчук А. Пандемия COVID-19 и двигательная активность. URL: <http://fit-test.ru/blog/covid-19/2020-05-22-pandemia-covid-19-and-physical-activity.aspx>

3. Наздрачев Г. О. Машичев А. С. Занятия физической культурой во время пандемии // Молодой ученый. 2020. № 20 (310). С. 489–490.

4. Стриханов М. Н. Физическая культура и спорт в вузах. Учебное пособие. Москва. Издательство Юрайт. 2020. 160 с.

5. Гаджиметов В. Э., Прокопенко Т. И., Кудря А. Д. Причины ухудшения здоровья и здорового образа жизни студенческой молодежи // Физическая культура и спорт: интеграция науки и практики. 2017. С. 168–169.

Е. В. Ильичева

к.п.н., доцент, зав. кафедрой «Сервис»

Н. В. Овчинникова

студентка магистратуры по направлению «Менеджмент»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Вортынец

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Начиная с 90-х годов прошлого века, в сельской местности Российской Федерации и ее регионах наблюдается экономическая, демографическая и социальная деградация. Молодежь часто покидает сельские территории, переезжая жить в мегаполисы, так как не видят возможностей для развития и самореализации. С каждым годом в РФ появляются все больше сельских населенных пунктов, не имеющих на своей территории сельхозпредприятий и других организаций. Сельские территории обладают большой притягательностью для проживания в виду гораздо более чистой экологии, чем в городе, традиционно го уклада жизни, особой культуры и пр.

В настоящее время темп жизни в городах настолько быстр, что возникает необходимость остановиться, побыть в тишине и насладиться красотами природы в спокойном месте, сельская территория является самым подходящим местом для отдыха, расслабления городских жителей. Фактором, способствующим развитию сельской территории, может стать развитие сферы туризма и гостеприимства. Сельское население является непосредственным хранителем культуры, традиций и нравственности народов России.

В Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года в качестве основных целей государственной политики определены: создание благоприятных социально-экономических условий для выполнения сельскими территориями их общенациональных функций и решения задач территориального развития; обеспечение стабилизации численности сельского населения и создание условий для его роста; обеспечение занятости, повышение уровня и качества жизни сельского населения с учетом современных требований и стандартов [1].

Одним из перспективных альтернативных направлений развития сельских территорий, позитивно зарекомендовавших себя за рубежом, является сельский туризм.

Хотя сельский туризм, как турпродукт, начинает развиваться и в России, он еще не получил интенсивного продвижения на ее туристском рынке. Все чаще появляются продукты, предлагающие посетить сельскую местность. Особенно актуально данное направление стало в период пандемии, возрос интерес к внутреннему туризму, большинство поселений сельского типа имеют всю необходимую инфраструктуру для организации сельского туризма.

Тем не менее, в ряде регионов страны отмечен первый опыт организации агротуристских предприятий по моделям типа «пансион», «тур с проживанием в традиционном национальном жилище», «национальная деревня», «VIP-деревня», «сельская гостиница» и др. Реализуются проекты по деревенскому туризму «Зеленый дом» (Горный Алтай), «К бабушке в деревню» (Центральная Россия), сеть «Bed & Breakfast» (Прибайкалье), «Усадьба» (Карелия).

В роли принимающей стороны в сельском туризме выступают местные жители, постоянно проживающие в сельской местности. Местом размещения для туристов может быть жилье, принадлежащее физическим лицам.

Классическая модель сельского туризма предполагает его организацию исключительно усилиями фермеров или членов их семей, извлекающих из этого дополнительный доход, но не меняющих при этом своего производственного профиля. Здесь принципиальным и особенным является то, что клиенту-гостю предлагаются услуги проживания в сельской местности и знакомство с жизнью и бытом фермеров. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природных ландшафтов, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях. Большое значение в обеспечении досуга имеют такие виды деятельности как прогулки на природе, рыбалка, купание, собирательство наблюдение за птицами, охота, фотоохота.

Сельский туризм обеспечивается тремя следующими условиями:

- 1) жилье для размещения приезжих, создание В&В мест (дословно – «постель и завтрак»);
- 2) организация питания;
- 3) обеспечение досуга рекреантов [2, с. 51].

Для примера нами были исследованы внешние и внутренние факторы, способствующие развитию сельского туризма в городском округе Воротынский Нижегородской области.

Воротынский район в силу своего географического расположения, климатических, природных, демографических, экономических и прочих ресурсов может служить природно-хозяйственной моделью обширных территорий не только Нижегородской области, но и средней полосы России.

Округ характеризуется отличной транспортной доступностью и обладает рядом ценных качеств с точки зрения организации рекреации: благоприятное географическое положение; здоровый климат; богатое историко-культурное наследие; ландшафты, обладающие значительной пейзажной выразительностью и многообразием.

Данная территория – одна из самых водных в Нижегородской области. Здесь р. Сура впадает в Волгу, место их слияния образует огромное водное зеркало. Природными достопримечательностями являются одна из чистейших рек области Урга и озеро заволжской части, в том числе и второе по площади озеро в Нижегородской области – Большое Плотово [3].

На территории Воротынского района находятся две ключевые орнитологические территории России, имеющие международное значение. Почти половину площади района занимают особо охраняемые природные территории. Среди девятнадцати памятников природы, находящихся под охраной государства, представлены как природные, так и природно-этнокультурные объекты – от языческих кереметищ до дворянских усадебных парков.

Здесь живут умельцы, занимающиеся резьбой по дереву, лоскутным шитьем, плетением из лозы, ткаными половиками, вышивкой, вязанием др. На территории района имеются дома, искусно украшенные глухой резьбой, повествующие о потомственных плотниках, из поколения в поколение передававших свое виртуозное мастерство.

Проживание на территории района людей разных национальностей (русские, чувашы, марийцы), наличие исторического поселения областного значения и таких уникальных этнокультурных особенностей, как старообрядчество, может стать привлекательной составляющей для обеспечения досуга рекреантов, путем включения туристов в крестьянскую жизнь различных этносов.

В районе возрождаются традиции организации престольных праздников сел, фестивалей, спортивных мероприятий, имеющих широкий резонанс. К ним можно отнести День Воротынского района, Форум «Воротынский район: Диалог культур», мемориальное меро-

приятие в с. Быковка «Демидовская сирень», праздник чувашской культуры «Питрав-Пуххи», «Охотничий биатлон», «Игры доброй воли», «Сурские зори», молодежный образовательный фестиваль туризма «Шишкин Мыс. Событийные мероприятия безусловно будут способствовать разнообразию досуга сельских туристов.

Практика показывает, что условием или базой для развития сельского туризма является высокий сельскохозяйственный потенциал и наличие фермерских хозяйств, функционирующих на территории региона.

Этим условиям ГО Воротынский вполне соответствует. На его территории находится 9 сельхозпредприятий, 5 крестьянско-фермерских хозяйств (КФХ), 13 индивидуальных предпринимателей, 12 102 личных подсобных хозяйства, 1 предприятие по производству хлебобулочных изделий и т. д. В 2018 году в одном из КФХ было заложено 20 га яблоневого сада интенсивного типа, 5 га ремонтантной малины и 23 га черной смородины. племенной завод АО «Семьянское» по бурой швицкой породе. Одним из первых в Нижегородской области племенной репродуктор ООО «Искра-М» освоил перспективное направление в развитии экспорта племенного крупного рогатого скота герефордской породы с Республикой Казахстан. Имеется элитно-семеноводческое хозяйство и племзавод по разведению бурой швицкой породы – АО «Семьянское», которое за достижение высоких показателей в развитии племенного животноводства награжден неоднократно золотыми медалями Российской агропромышленной выставки «Золотая осень».

На территории городского округа развита сеть средств размещения, большую часть которых представляют рыболовно-охотничьи базы отдыха, имеется опыт ведения туристской деятельности и продвижения достопримечательностей округ. Данный фактор дает возможность развивать направления деятельности уже существующей туристской сфере в имеющихся средствах размещения.

Все вышеперечисленные факторы, а также высокий удельный вес сельского населения в указанном округе отображают достаточно сформировавшуюся материальную базу для развития сельского туризма.

Нами было проведен социологический опрос среди населения г. Нижний Новгород с целью выяснения заинтересованности его в сельском туризме. Респонденты делились по группам интересов и рассматривались их предпочтения по длительности пребывания, сезонности, требованиям к уровню сервиса. Для обработки результатов был использован Программный продукт Statgraphics Plus 5.1.

Среди туристских предпочтений респондентов можно выделить охоту, рыболовство и собирание грибов, ягод.

В летний сезон городские жители, желающие отдохнуть в сельской местности, разделились по интересам на четыре группы. Одни пожелали отдыхать на берегу какого-либо водоема (необходимо наличие реки или озера), при этом срок пребывания указали небольшой (1–2 дня). Причем к уровню сервиса они не предъявляют особых требований (уровень сервиса – минимальный). Другие предпочитают посещение леса в рамках сельского туризма. Они также указали небольшой срок пребывания (1–2 дня), а уровень сервиса – чуть более выше минимального, в пределах среднего уровня. Скорее всего в первые две группы вошли туристы выходного дня.

В третью группу вошли респонденты, предпочитающие отдых сочетать с занятиями традиционными сельскими делами. Высоких требований к уровню сервиса они также не предъявляют, но отметили более длительные сроки пребывания (неделя и более).

Выделилась еще группа потенциальных туристов, желающих поехать на более длительные сроки, но в данной категории повышаются требования к уровню сервиса.

По результатам опроса выявились желающие провести отдых в сельской местности не только в летнее, а также и в зимнее время года.

В зимний период наибольшее количество опрошиваемых готовы посетить сельскую местность на берегу какого-либо водоема. Продолжительность пребывания при этом возрастает по сравнению с летним периодом в среднем до недели, и значительно повышаются требования к уровню сервиса (предпочтения отдаются высокому уровню).

Респонденты, желающие в зимнее время отдохнуть в сельской местности, занимаясь деревенскими делами, а также посещая леса, предпочитают небольшой срок пребывания (1–2 дня), но к уровню сервиса предъявляют максимально высокие требования.

Таким образом, для организации сельского туризма в летнее время достаточно привлекать в основном туристов на выходные дни и для этого не требуется каких-то особых условий проживания. В зимнее же время для сельских туристов необходимо оборудовать специальные условия проживания, питания, требуется организация их досуга. Это потребует организации специальной инфраструктуры, материальных вложений, но и создаст дополнительные рабочие места, может способствовать загрузке средств размещения сферы гостеприимства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Полушкин Н. А. Проблемы и перспективы развития сельских территорий России // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2017. № 1. С. 191–200.
2. Дубиничева Л. В., Советов П. М. Агротуризм в развитии сельских территорий // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. 2009. № 46. С. 48–55.
3. Ильичева Е. В., Назарова М. А. Анализ и перспективы развития детского и молодежного туризма в муниципальных образованиях // Modern economy success. 2019. № 1. С. 71–76.
4. Аничкина О. А., Левитская И. А., Пашкевич Е. С. Повышение социальной ответственности агробизнеса в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12–2 (41). С. 934–936.
5. Моисеев В. В., Яни А. В. Развитие виноградно-винодельческого подкомплекса Краснодарского края // Экономика сельского хозяйства России. 2012. № 2. С. 66–71.

Ю. В. Ильичёва

аспирант по направлению подготовки

«Технологии, средства механизации и энергетическое

оборудование в сельском, лесном и рыбном хозяйстве»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ВИДЫ УДОБРЕНИЙ И ИХ РОЛЬ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Сейчас сельскохозяйственная отрасль активно развивается. Благодаря современным технологиям и высококачественному оборудованию рост развития будет продолжать развиваться. Следовательно, что у сельскохозяйственной промышленности есть все шансы выйти на мировой рынок аграрной продукции. С каждым годом свойства и структура земли, к сожалению, не улучшаются, а теряют все свои полезные растительные свойства. Почва практически истощена из-за активной деятельности человека и каждый аграрий знает, что грунт обязательно следует удобрять для того что бы поддержать его в нужном состоянии для получения хорошего урожая. Что будет являться главным в сельскохозяйственной деятельности? Следить за качеством почвы, придерживаться строгих графиков полива и вносить необходимые компоненты удобрений.

Без удобрений невозможно получить желаемый результат. А своевременное внесение минеральных удобрений способствует:

- получению хорошего урожая, повышению коэффициента плодородности;
- снижает вероятность возникновения различных заболеваний у растений;
- сохранение всех необходимых компонентов для хорошего роста и развития культур;
- стойкости перед постоянными изменениями погодных условий [2].

На данный момент на сельскохозяйственном рынке представлен обширный ассортимент всевозможных добавок от различных производителей. Можно выделить три основные группы удобрений:

- минеральные;
- органические;
- микроудобрения [3].

Рассмотрим каждую группу более конкретно.

Минеральные удобрения – данное объединение неорганической природы, которые включают все без исключения требуемые компоненты кормления растений. Подобные подкормки содействуют улучшению плодородия грунта также выращиванию изобильного урожая.

При внесении удобрений главная цель, следовать указанной в инструкции дозировке. При нарушении данного пункта увеличивается риск причинения вреда не только почве, но и самим растениям.

При правильной подборке препарата и соблюдении рекомендуемых доз вы сможете решить проблемы с неправильным развитием культур и осуществить их подкормку.

Минеральные удобрения делятся на:

- фосфорные – подобная подкормка является наиболее наилучшей для абсолютно всех разновидностей грунта, какие имеют необходимость в этом составляющем;
- калийные – такую подкормку применяют в период осенней перекопки грунта. Калийные витамины прекрасно подойдут для свеклы, картофеля также злаковых культур. В нем отсутствуют различные примеси и его возможно применять с целью подкормки бахчевых культур [1].

В большинстве агропромышленных предприятий используют калийную соль.

Минеральные добавки получили широкое распространение среди аграриев, такие удобрения удобно использовать на больших площадях. Так же спрос на минеральные удобрения обусловлен рядом преимуществ:

- доступность. Удобрение можно купить в любом специализированном магазине;
- стоимость;
- большой диапазон действия;
- быстрый и эффективный результат.

Если рассматривать недостатки данного вида удобрения, то стоит отметить, что работать с такими удобрениями следует строго в спецодежде, а при работе с большими участками, используются специальные машины или приспособления для внесения добавок.

Органические удобрения.

Органические вещества представляют значительную значимость в аграрном хозяйстве, по этой причине обширно применяются с целью увеличения урожайности путем формирования плодородности грунта. К базисным удобрениям принадлежат элементы, производные био методом, исключая наличие химии.

Основные преимущества биологических удобрений:

- повышают текстуру почвы, насыщение кислородом и дренаж;
- содержат повторно используемые микроэлементы;
- увеличивают плодородность почвы;
- обладают доступностью, а также несложностью применения

[1].

Обогащенная почва необходимыми элементами, является неотъемлемой частью для получения хорошего урожая, так как компоненты готовых смесей практически всегда соотносятся с конкретными потребностями почвы. Таким образом, при внесении уже готовой смеси органического удобрения в почвенный состав, устраняется недостаток определенных веществ.

К недостаткам у органических удобрений относится в первую очередь высокая стоимость и большой расход компонентов при работе на больших территориях. Так же можно выделить такой недостаток как привлечение насекомых и вредителей.

Микроудобрения – так называемые подкормки «особого назначения». Это удобрения, содержащие полезные вещества-микроэлементы, хорошо усваиваемые растениями в небольших дозах. Причем, каждый микроэлемент (медь, марганец, цинк, бор, кобальт и др.) действует непосредственно на весь обменный процесс, питание и рост растения.

Главная особенность микроудобрений в том, что каждый элемент отвечает за определенную функцию и он не может быть заменен никаким другим элементом [2].

Микроудобрения, в зависимости от формы их производства и способа воздействия на растения, различают по видам:

- соли органических кислот – такой вид удобрений наиболее доступен, у него низкая стоимость, но он плохо растворим, подойдет только на почвах имеющих кислотную среду;
- соли гуминовых кислот – у данного вида микроудобрения степень растворимости гораздо выше, но количество микроэлементов в таких солях незначительно, и даже двукратное применение за сезон не обеспечивает полное насыщение растения необходимыми элементами;
- комплексные микроудобрения – труднорастворимые капсулы, способные подпитывать растения необходимыми элементами в течение длительного периода.

Важным недостатком данного вида удобрения является высокая стоимость. Стоит отметить, что использовать микроудобрения следует только при условии абсолютной нехватки питательных веществ, например, на песчаной почве и в садоводстве.

Для каждого вида растений необходимо подбирать требующийся недостающий компонент, с такой работой сталкиваются аграрии. При этом главной задачей будет оставаться правильный расчет необходимых компонентов и принятие решения о приеме внесения удобрения. Такая функция как внесение удобрения будет так же играть важную роль при подкормке растений и влиять на ее жизнедеятельность. Но все же само внесение удобрений является одним из самых важных этапов в выращивании сельскохозяйственных культур для поддержания плодородия почвы, повышения урожайности и пищевой ценности. Тем не менее, очень важно понимать, что при не правильном внесении в почву мелиорантов может пойти абсолютно противоположный процесс.

Проанализировав вышеизложенную информацию, можно сделать вывод, что внесение удобрений была и остается важным элементом при возделывании агрокультур. Особенно это будет касаться территорий, не обладающих, так называемым, черноземом. Если говорить о более подходящих подкормках для сельскохозяйственных предприятий, то выгоднее и разумнее использовать минеральные удобрения, т.к. они доступны для дальних транспортировок. А самое главное, что это специально выведенный комплекс элементов способный поддержать рост культур и насытить обедневшую почву необходимыми элементами. При правильном применении комплекса, является наиболее эффективным из рассмотренных удобрений, описанных в данном материале.

ЛИТЕРАТУРА

1. Осипов А. И., Соколов О. А. Роль азота в плодородии почв и питании растений. Санкт-Петербург, Изд. ООО «Инновационный центр защиты растений». 2001. 356 с.
2. Осипов А. И. Приемы эффективного применения агрохимикатов // Сельскохозяйственные вести. 2011. № 4. С. 32–34.
3. Якушев В. П., Осипов А. И. Химическая мелиорация почв – вчера, сегодня, завтра // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2013 № 30. С. 68–72.
4. Заикин В. П., Мартынычев А. В., Шамин А. А., Шамин А. Е. К истории зернового хозяйства Нижегородчины: объемы, причины резкого снижения производства и эффективности // Вестник НГИЭИ. 2019. № 9 (100). С. 68–78.

В. Н. Лобачева

студентка магистратуры 2 курса

Н. А. Смирнов

к.э.н., доцент кафедры «Сервис»

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Рынок туризма является одной из трех главных отраслей российской экономики, попавшей моментально под удар новой эпидемии COVID-19. Суть не в том, что виноват вирус или медицина. Вспышка заболеваемости в России возникла, благодаря возвращению людей из зарубежных путешествий. Из-за распространения коронавирусной инфекции по всему миру текущие туры пришлось прервать, а запланированные на более поздний срок – отменить или перенести. В таких условиях все участники туристского рынка понесли огромные финансовые потери. Исходя из этого, последовал финансовый удар для российской экономики [1].

Туристский бизнес оказался в неблагоприятных условиях в связи с эпидемиологической ситуацией в мире. Эксперты отметили, что в первый период пандемии спрос по выезду сократился на 15–20 %, когда не которые государства закрыли границы, процентная составляющая достигла нуля [2].

Пандемия COVID-19 стала серьёзным испытанием для индустрии гостеприимства, к сожалению многие турфирмы не выдержали поздний старт туристского сезона, потерпели крушение и закрылись. По итогам нынешнего лета в сравнении с маем 2020-го с рынка уже ушли 19 % турфирм и 12 % небольших гостиниц (рисунок 1).

На региональном рынке, по данным Росстата, на 2020 год работает 4 298 туристских фирмы. За 2020 год в Единый федеральный реестр внесены сведения о 601 туроператоре. Оформлено и выдано 1 200 свидетельств, при этом направление туроператорами заявлений в Ростуризм о выдаче указанных свидетельств не требовалось. По состоянию на 15 декабря 2020 г. в единый федеральный реестр туроператоров внесены сведения о 4 298 туроператорах, имеющих финансовое обеспечение в общем размере более 15 млрд руб.

Также заметен спад международного въездного туризма на территории Российской Федерации за 2020 год всего составил 192 иностранного туриста.

В России в сектор туризма были введены в список наиболее пострадавших сфер, что означало обеспечение им приоритетной поддержки. Среди мер поддержки, имеют возможность воспользоваться компании в сфере туризма и гостеприимства, необходимо выделить меры по поддержке туризма в период COVID-19:

1. Меры поддержки малого и среднего бизнеса в наиболее пострадавших секторах экономики:

1.1. Кредиты и субсидии на необходимые потребности, включая заработную плату сотрудников: Субсидии на заработную плату МСП и ИП, согласно сведениям ФНС, были предоставлены в апреле 1,09 млн организаций и ИП на необходимую сумму 48,8 миллиардов рублей (объем согласно анализу учреждений Института «Центр развития» НИУ ВШЭ, составил 4,8 миллиона человек), в мае – 1,10 млн учреждений и ИП на сумму 44,7 миллиардов рублей (объем – 3,7 млн чел.).

1.2. Льготы: Предоставление отсрочки по уплате налогов (за исключением НДС) на период полугодия (согласно анализу, Минэкономразвития РФ, отсрочка будет предоставлена на необходимую сумму до 65 млрд руб. в МСП с 3,3 млн занятых); Отсрочка на полугодия по страховым вкладам (по анализу Минэкономразвития РФ, отсрочка будет предоставлена на сумму 92 млрд руб., 570 тыс. МСП с 3 млн занятых); Избавление от уплаты налогов также вкладов за второй квартал 2020 г.; Списание кредита для компаний наиболее пострадавших сфер при условии сохранения занятости (с 1 июня 2020 г.).

2. Меры поддержки для малого и среднего бизнеса всех сфер:

2.1. Кредиты: Расширена программа поощрительного кредитования под 8,5 % (упрощены условия к заемщику, не учитываются задолженности по налогам, сборам, заработной плате, открыта возможность рефинансирования кредитов на оборотные и инвестиционные идеи) – 9 тыс. получателей.

2.2. Льготы: Страховые взносы на сумму зарплаты, превышающую МРОТ, снижены вдвое – с 30 до 15 % (В 2020 г. высвобождается 355 млрд руб.); Срок уплаты ранее начисленных административных штрафов для увеличен с 60 до 180 дней; Перенос платежей за аренду объектов государственного или муниципального имущества с 2020-го на 2021 г.

3. Меры для всех предприятий (включая МСП): кредиты под 2 % на 6 мес. при условии сохранения определенных уровней занято-

сти; кредиты для юридических лиц и ИП, которые имеют наемных работников на различные цели (в том числе и выплату зарплаты).

В июле 2020 г. Правительством РФ было принято решение о субсидиях по поддержке внутреннего туризма. В начале сентября стартует специальная программа по поддержке внутреннего туризма, в поездки по ней можно отправиться в сентябре-декабре 2020 г.

Специальное предложение составленное для поддержке внутреннего туризма на территории РФ: турист имеет возможность получить возврат денежных средств, в зависимости от туристкой путевки в размере компенсации от 5 до 15 тысяч рублей; туристская поездка должна составлять не менее 5 суток; в программу включены пакетные туры (проживание и перелет), финансирование программы составляет 15 млрд рублей. В программе стимулирования доступных туристских поездок в России принимает участие около 1 500 туроператоров, 2 550 средств проживания, часть заявок находится на рассмотрении. Также программа по поддержке внутреннего туризма на территории РФ готова профинансировать до 3 млн туров на территории страны в целом.

Авторы общественной инициативы единогласно отметили, что данные меры поспособствуют росту тур отрасли в экономике России на 4–15 % ВВП в течение пяти лет. Доля России на международном рынке туризма при принятии мер возрастет менее чем на 1–4 % [4, с. 125–128].

Это новая мера, предложенная Правительством Российской Федерации, очень важна. По прогнозам реализации, программа поможет отдохнуть, как минимум 2 млн жителям России. Купить тур с кэшбэком можно будет онлайн в течение 21–28 августа 2020 г.

По мнению экспертов, тенденции развития сфер туризма после COVID-19 пока что неоднозначны. Поэтому все туристические фирмы смирились с ложившейся ситуацией в данном году. Но также и под вопросом и 2021 год, поскольку компаниям предстоит «возвращать долги» по не состоявшимся турам и услугам. Дарья Тороповой считает, что для восстановления потребуется не менее полутора-двух лет.

Проведя анализ развития туризма в Росси на 2019–2020 годы, можно сделать выводы. Пандемия нанесла урон многим отраслям экономики. Больше всего отрасли туризма. Благодаря субсидиям и принятым ограничениям, сфера туризма на период 2021 год будет постепенно входить в русло работы и нормализует потери 2019–2020 года.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананченкова П. И. Влияние коронавирусной пандемии на мировой рынок туризма // Труд и социальные отношения. 2020. №. 4. С. 27.
2. Ваганова О. Е. Влияние последствий снижения платежеспособности населения и влияние пандемий на разработку туристического продукта // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации. 2020. 278–281.
3. Запольских А. М. Особенности эпидемиологии и профилактики пандемического гриппа в условиях мегаполиса : автореф. дис. ... канд. мед. наук. Москва, 2015. 24 с.
4. Мисихина С. Российский туризм: достижения, проблемы, меры поддержки при пандемии коронавируса. Национальный исследовательский университет. Высшая школа экономики. Август 2020 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru> (Дата обращения 04.10.2020).

А. И. Маслова

А. А. Маслов

студенты 5 курса по специальности «Экономическая безопасность»

Оренбургский филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»,

г. Оренбург

ИННОВАЦИИ, СОВЕРШЕНСТВУЮЩИЕ ЧЕЛОВЕКА: ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ ДЛЯ ОБЩЕСТВА

Актуальность темы данной статьи обусловлена самой реальностью современности. Уже давно не секрет, что не только человек работает над инновационными достижениями, но и сами инновации, в свою очередь, моделируют сущность индивида.

В человеке во все времена присутствует тяга к познанию мира, его совершенствованию, и, соответственно, новым внедрениям, открытиям. Именно потребность в новациях позволила человечеству осваивать новые континенты, совершать технические революции, совершенствоваться интеллектуально и морально. Сменяются века, и в наше время мы уже говорим об инновациях как неотъемлемой части жизни человека. Трудно представить себе современное человечество без изменений, внесенных в облик людей, их ритм и образ жизни достижениями науки и техники. Все чаще говорят уже и об усовершенствовании самого человека путем инноваций. Большинство современных социо-гуманитарных технологий рассматриваются сегодня через проблему сохранения витальных («витальный» от латинского слова *vitalis* – жизненный) ресурсов человека [1].

Цель данной работы – проследить основные линии инновационного совершенствования человека, отметить положительные эффекты и сделать акцент на проблемах инновационного моделирования современного социума в РФ. В аспекте сохранения человеческой популяции – это является актуальным, поскольку здоровье, продолжительность жизни, показатели долголетия и воспроизводства... формируют человека не только как эффективного созидателя благ, но и субъекта, способного долго и продуктивно жить, воспроизводить качественные человеческие ресурсы будущего [2]. Важной составляющей инновационной политики государства по отношению к преобразованию человека является опора на существующий уровень научно-

технического прогресса. Россия, имея огромный инновационный потенциал, достигла определенных положительных результатов в сфере развития науки и инноваций. Развитие сферы науки, технологий и инноваций в нашей стране определяется рядом стратегических документов, ключевым из которых является Указ Президента Российской Федерации №6 42 от 1 декабря 2016 г. «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». Основным программным документом, регламентирующим развитие науки в России, является государственная программа «Развитие науки и технологий» на 2013–2020 годы. В настоящее время идет разработка новой Государственной программы «Научно-технологическое развитие Российской Федерации», рассчитанной на период до 2030 года. Проект ГП НТР продолжает реализацию действующей программы, а также других государственных программ Российской Федерации, содержащих научно-техническую компоненту [3, с.10].

Широкое применение современных технологий приводит к стремительному изменению социума, зачастую сопровождается ломкой старых стереотипов и утратой традиционных ценностей. Можно утверждать, что современный индивид – «человек инновационный», подверженный нововведениям технического прогресса по различным направлениям [4, с. 239]. Рассмотрим основные из данных нововведений.

Одним из последствий воздействия инноваций на человека является его интеллектуальный рост. В данном направлении трудятся ученые-трансгуманисты. Уже в наше время широкое применение получили следующие способы когнитивного совершенствования:

1. Активное развитие нейробиологии – междисциплинарной области, находящейся на стыке химии, технических наук, лингвистики, математики, физики, медицины, психологии и философии.

2. Все чаще ритм высоких интеллектуальных нагрузок приводит к применению ноотропов-лекарственных средств и биологически активных добавок, направленных на улучшение способностей человека.

3. Используя исследования в области химии, физики, все больше сторонников приобретает направление функционального, правильного питания, действие которого также направлено на оздоровление человека [5, с. 8].

Инновации также влияют на физическое совершенствование человека, позволяют решить многие проблемы его оздоровления, реабилитации, которые в последнее десятилетие считались невозможными. Одна из важнейших функций общества – воспроизводство с ис-

пользованием инноваций практически перестала быть проблемой. Метод профилактической генодиагностики позволяет проводить предимплантационный отбор материала и способствует рождению здорового потомства. Широкое применение высокотехнологичной медицины в области планирования семьи приводит к рождению детей в парах, которые не могут зачать самостоятельно.

Инновации в области оздоровления человеческого организма, его восстановления с использованием достижений медицины оказывают особое воздействие на человека. Уровень трансплантации органов, конечностей и тканей значительно возрос с развитием технического прогресса. Большой шаг вперед сделан в направлении совершенствования протезов, которые стали легче, управляемее, а развитие бионических конечностей и экзоскелета позволяет полностью восстанавливать утраченные функции, а иногда и превосходить естественные. Инновации в регенеративной медицине и культивировании тканей позволяют совершенствовать организм человека путем замещения поврежденных тканей (сегодня можно говорить о костной, соединительной ткани, трахее). Не менее важным для человека является разработка инновационных методов восстановления слуха и зрения – имплантация сетчатки, перенос генов и замена фоторецепторов глаза. Еще одним инновационным медицинским направлением является разработка инноваций в области стволовых клеток [6, с. 136].

Инновации ведут не только к совершенствованию самого человека, но и влияют на него опосредованно, внося изменения в привычную среду.

Развитие технического прогресса в истории почти всегда оборачивалось угрозой экологической катастрофы. На современном этапе, напротив, инновации направлены на поиск решений проблем взаимоотношений с природой. Рассмотрим инновации, запатентованные и появившиеся на рынке российских технологий совсем недавно.

В условиях борьбы с загрязнением окружающей среды в автомобильной промышленности наблюдается сильная тенденция к переходу с дизельных и бензиновых двигателей на электрические.

Еще одна инновация направлена на совершенствование условий жизни человека. Компания «Термолазер», специализирующаяся на термическом упрочнении деталей, разработала мобильный лазерный комплекс для обработки деталей дифференцированного химического состава и масштабов. Использование инновации способствует росту износостойкости продукции и увеличению срока их службы в несколько раз, решая проблему загрязнения планеты избыточными отходами.

Прямое жидкостное охлаждение – еще одно изобретение отечественных ученых. Разработчики Inpro Technologies создали вычислительно-коммуникационный комплекс Liquid Cube, который гарантирует термостабильный режим работы систем хранения и обработки данных путем погружения оборудования в диэлектризованную жидкость. При этом расход энергии уменьшается на треть, по сравнению с прежними технологиями. Таким образом, бизнес получил российское энергоэффективное решение для обработки увеличивающегося масштаба информации без существенного роста энергопотребления.

Многое делается для диагностики и своевременного принятия решений в случае ухудшения состояния окружающей среды. Компоненты Big Data и датчики позволяют отслеживать критический уровень загрязнения окружающей среды по параметрам, которые человек не может рассчитать самостоятельно.

Люди и человеческий капитал в нашей стране имеют все возможности для развития на основе высокоэффективных инноваций при следующих условиях: учет глобальных тенденций и «базовых предпосылок» будущей экономики при формировании стратегических планов и прогнозов; разработка платформенных (сквозных) и целевых технологий [7, с. 124]; рассмотрение требований к будущим профессиям через призму компетенций, зависящих от спроса со стороны меняющихся рынков (традиционных и новых); модернизация системы образования в сторону непрерывного образования и сочетания государственных и корпоративных инструментов обучения; реализация «полного цикла» управления перспективными технологиями – от разработки национальных и отраслевых прогнозов развития научно-технического развития к реализации их результатов в будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Варавва М. Ю. Витальные ресурсы: расширение трактовки человеческого капитала // Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем. Памяти академика А. И. Татаркина. Челябинск. ЧГУ. 2020. С. 16–17.
2. Варавва М. Ю. Витальные ресурсы российского человеческого капитала: индикаторы состояния, факторы формирования и тренды развития // Вестник НГУЭУ. 2016. № 4. С. 238–252.
3. Человек и инновации: доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2018 год. М., Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. 2018. 172 с.

4. Варавва М. Ю. Витальные ресурсы российского человеческого капитала: индикаторы состояния, факторы формирования и тренды развития // Вестник НГУЭУ. 2016. № 4. С. 238–252.

5. Саритас О. Технологии совершенствования человека: перспективы и вызовы // Форсайт. 2013. № 1. С. 6–13.

6. Валентей С. Д. Экономика инноваций и национальная инновационная система // Инновационный человек и инновационное общество. 2012. С. 121–134.

7. Делокаров К. Х., Любина О. Н. Человек инновационный // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. 2013. № 8. С. 134–141.

8. Изотова Н. Н. Сезонные подарки в японской культуре: традиции и современность // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2016. № 8 (70). С. 82–85.

ОПТИМИЗАЦИЯ ВНУТРЕННИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА ПРИ ПОМОЩИ ТЕХНОЛОГИЙ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Гостиничный бизнес как неотъемлемая часть рынка туризма занимает важное место в экономике многих стран. Туризм, став глубоким социальным и политическим явлением, сегодня вносит существенный вклад, как в экономическое развитие отдельной страны, так и в повышение качества жизни современного человека, который в условиях глобализации становится все более мобильным. Россия в этом процессе не исключение – в последнее десятилетие отечественный рынок туристских услуг и, соответственно, индустрия гостеприимства развиваются быстрыми темпами особенно в крупных промышленных и финансовых центрах страны, однако, надо отметить, значимость этого сегмента для отечественной экономики в целом пока существенно ниже, чем это имеет место в развитых странах.

В 2020 году весь мир столкнулся с локдауном в экономике, наиболее пострадавшей сферой стала индустрия гостеприимства. Показатели загрузки отелей в нашей стране снизился вдвое, и составили всего 35 %. Особенно пострадали крупные города – миллионники: В Москве спрос упал на 65 %, в Санкт-Петербурге на 60 %, Нижний Новгород так же оказался среди городов с наиболее сильным падением спроса – снизился на 62 %. В то же время, в след за общим повышением цен растут и расходы на содержания гостиничного бизнеса, однако стоимость проживания невозможно сильно поднимать из-за сильной конкуренции и снижения потока гостей. Предприятия сферы услуг ищут пути сокращения расходов, часто для этого предлагаются радикальные меры, такие как сокращение численности обслуживающего персонала, рекламных и маркетинговых расходов, отказ от дополнительных услуг для гостей и посетителей. Однако такие меры крайне негативно сказываются на уровне клиентского сервиса, и в конечном итоге приводит только к дальнейшему снижению рентабельности. В данных условиях предприятиям сервиса необходим универсальный и

недорогой механизм оптимизации бизнес процессов и технологии бережливого производства являются наиболее приемлемыми.

Бережливый сервис – это образ мышления сотрудников и культура организации, построенная оптимальным образом, без лишних потерь и с высоким уровнем сервиса. Экономия расходов и улучшение клиентского сервиса достигается путем постоянного улучшения рабочих процессов, сокращению потерь, а так же с помощью вовлечения каждого сотрудника в процесс непрерывного улучшения.

Методология Бережливого сервиса основана на поиске потерь в любых системах и процессах компании. Потери – это продукция или работа, которая не имеет ценности для конечного потребителя. Бережливый сервис предлагает специальные инструменты и техники анализа рабочих процессов, выявления потерь и повышения производительности труда.

Существуют различные варианты применения методов бережливого производства в сфере сервиса. По мнению М. Джорджа в сфере гостеприимства рационально применять карту потока создания ценности, систему визуального менеджмента, кружки качества и метод «Пока – йоке. По мнению других авторов для оптимизации в сфере гостеприимства необходимо максимальное применение IT-решений. На наш взгляд наиболее эффективным будет сочетание инструментов бережливого производства и отдельных информационных решений. Одним из самых распространенных инструментов бережливого производства является «Система 5S» – система из 5 простых и понятных принципов рациональной организации рабочего пространства, позволяющих оптимизировать имеющиеся ресурсы и получить максимальную выгоду. Она направлена на организацию и поддержание порядка, чистоты, обеспечение безопасности сотрудников. Данная система является базой для построения бережливого сервиса. Еще одним не менее важным методом является визуальный менеджмент. Он позволяет наглядно увидеть приоритеты в работе, определить ежедневные показатели эффективности процесса, наладить обратную связь между всеми членами компании и дать возможность каждому из них внести свой вклад в непрерывное улучшение качества обслуживания. Примером визуального менеджмента является «доска такта», которая помогает поддерживать определенный ритм процесса и отслеживать причины отклонений. Время такта поможет увидеть объем рабочего времени, который необходим для удовлетворения потребительского спроса и так же объем работ, которые необходимы для обслуживания одного клиента. Еще одним примером может служить внедрение «визуального питча». Питч – это наилучшее время для передвижения определен-

ного объема работ через поток создания ценности. Этот инструмент используется для равномерного распределения работы в течении дня при помощи папок процессов и полки – карусели.

Метод «Пока – йоке». Суть метода в том, что планирование процессов, продуктов и услуг протекает таким образом, что можно избежать человеческих ошибок из-за невнимательности, непонимания, неосторожности или забывчивости. Благодаря разумной организации процесса облегчается выполнение рутинных операций, требующих концентрации внимания и памяти. Примером применения данного метода в гостиничном бизнесе может быть специальные подсказки при электронном заполнении форм, бумажные кольца на чистых полотенцах, что бы быстрее отделять грязное белье от чистого, звуковой сигнал что бы клиент не оставил ключ-карту в номере.

Одним из главных методов бережливого производства является карта потока создания ценности. Она дает четкое видение протекания процесса, наличие потерь времени, не нужных действий и движений, объема незавершенного производства. Разработка карты в сфере услуг осложняется тем, что протекающий процесс не так четко виден, как в производстве. Нами было проведено исследование процесса подготовки горничных к своей смене.

В ходе анализа выявлено излишнее время ожидания – 25 минут. Основными проблемами являются следующие:

1. Подготовка задания старшей горничной и его распечатка занимает 15 минут.
2. Отсутствие всех ключей на месте.
3. Раскладка чистого белья по категориям номеров.

Автором предложены следующие мероприятия по оптимизации процесса подготовки горничных:

1. Подготовка заданий в электронном виде на гугл-диске и выдача пароль горничным по обслуживаемым номерам, позволит сократить время процесса на 10 минут.

2. Выдача дубликата ключей горничным под роспись старшей горничной непосредственно на этаже, это позволит снизить время ожидания и убрать администратора из процесса. Рекламные буклеты предлагается сделать в виде QR-кода для получения рекламы отеля в электронном виде.

3. Белье предлагается раскладывать на стеллаже в прачечной комнате с указанием номера, для которого оно предназначено.

Таблица 1 – Текущая карта процесса подготовки горничных к своей смене

Участники	Т ожидания		5 мин.	10 мин.		10 мин.		
	Т выполнения	5 мин.	5 мин.	5 мин.	10 мин.	10 мин.	5 мин.	15 мин.
Горничная	Надеть фирменную одежду, обувь				Проверить наличие инвентаря			Укомплектовать тележку горничной
Старшая горничная			Получить задание на уборку с видом оказания работ					
Администратор				Получить под подпись ключи от номеров			Получить рекламные буклеты	
Прачечная						Получить чистое белье		

После внедрения предложенных мероприятий карта процесса будет выглядеть следующим образом.

Таким образом, при применении системы 5 с и метода пока-йоке процесс подготовки горничных к уборке номеров сократился с 75 минут до 51 минуты при исключении действий не добавляющих ценности конечному потребителю.

Таблица 2 – Карта целевого состояния процесса
подготовки горничных к рабочему дню

Участники	Т ожидания			3 мин.			
	Т выполнения	5 мин.	5 мин.	3 мин.	10 мин.	10 мин.	15 мин.
Горничная	Надеть фирменную одежду, обувь				Проверить наличие инвентаря		Укомплектовать тележку горничной
Старшая горничная		Получить задание на уборку с видом оказания работ		Получить под подпись ключи от номеров			
Прачечная						Получить чистое белье	

ЛИТЕРАТУРА

1. ГОСТ Р 56407-2015 «Бережливое производство. Основные методы и инструменты».
2. Майкл Д. Бережливое производство плюс шесть сигм в сфере услуг. Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса. М., Манн. Иванов и Фербер. 2019. 484 с.
- 3.Тэппинг Д., Данн Э. Бережливый офис: устранение потерь времени и денег. М., Альпина Паблишер. 2020. 322 с.
4. Кирсанов Н. Ю., Савельева М. А. Исследование практического применения концепции бережливого производства в малом бизнесе // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 8. № 2. С. 109–115.
5. Вейдер М. Инструменты бережливого производства II. Карманное руководство по практике применения Leap. М., Альпина Паблишер. 2017. 450 с.
6. Николенко П. Г., Шамин Е. А., Ключева Ю. С. Гостиничная индустрия: учебник и практикум для среднего профессионального образования. М., Юрайт. 2021. 449 с.

А. А. Хабибулина

студент магистратуры по направлению «Финансовая экономика»

ОФ РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Оренбург

СОЦИАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ И ИХ РОЛЬ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА И РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

Современный мир никогда бы не стал таким комфортным и доступным для общества, без внедрения инноваций. Издавна люди для упрощения жизни, начиная от бытовых вопросов и заканчивая вопросами высоких технологий, преобразовывали мир в лучшую сторону. Любая инновация начинала свой путь с возникновения идеи решения проблемы обычного человека, а с развитием приносила большую пользу для всего человеческого общества. Тоже самое происходит и сегодня.

Цель данной статьи заключается в привлечении внимания к огромной роли инноваций для общества, к раскрытию информации о последних инновациях, что находятся на стадии разработки или уже внедряются в жизнь.

Объектом исследования, соответственно, выступают социальные инновации, которые существуют в жизни населения планеты на сегодняшний день.

Актуальность статьи обосновывается в существующей проблеме внедрения социальных инноваций. В наше время, инновации в большей части начинают внедрение через предприятия, которые также сопротивляются, поскольку не желают нести дополнительные инновационные риски, которые всегда очень высоки.

Термин «социальные инновации» подразумевает собой новые идеи, стратегии и технологии, способствующие решению социально-значимых задач человечества, несущие за собой социальные изменения в обществе [1]. В основном данные инновации касаются изменений в сфере медицины, образования, культуры и иных сфер жизни социума. Они являются эффективным инструментом улучшения общественного благосостояния.

Социальные инновации можно классифицировать в зависимости от стоящих задач. Так выделяют социальные инновации, проводимые: для повышения качества жизни населения (в медицине, образо-

вании, социальном обеспечении); для охраны окружающей среды (борьба с загрязнением окружающей среды, с климатическими изменениями); для повышения эффективности производства общественно-важных благ; для создания новых отраслей; для повышения социальной справедливости (решение проблемы социального неравенства) [1].

Рассмотрим подробнее социальные инновации, вводимые для повышения качества жизни населения.

Естественно, когда инновации касаются человека, обязательно затрагивается вопрос медицины. В настоящее время активно развивается создание улучшенных бионических протезов, которые максимально близко похожи на настоящий человеческий орган [2]. То есть, протез создается с помощью высоких технологий, имеет биоэлектронные устройства и новые композитные материалы.

Разработки со стороны ученых существуют и при доли финансирования, будут продолжаться развиваться, однако следует же внедрять производство. Для общества это будет колоссальный положительный эффект, если люди с ограниченными возможностями будут иметь возможность передвигаться, слышать и т.д.

Система образования, по сути, является источников социальных инноваций [3]. В образовании чаще всего применяют общеметодические, внутрипредметные, идеологические и административные инновации [1].

Так, например, преподаватели могут применять различные авторские методики на занятиях, в школах и университетах открывают кружки робототехники, а так же широкое распространение в связи с пандемией в 2020 году получило дистанционное обучение, которое ранее чаще применялось в индивидуальном порядке для отдельных лиц.

Например, в Швеции запустили проект под названием «Школьные дедушки», в рамках которого более 1000 пожилых неработающих мужчин в возрасте от 50 до 65 лет ходят в школу и помогают как учителям, так и школьникам [2]. Таким образом, данный проект помогает не только пожилым людям почувствовать себя полезными и нужными обществу, но и дети и учителя могут перенять опыт старшего поколения в рамках проводимых уроков.

В сфере социального обеспечения так же широкое распространение получило оказание услуг по помощи социально-незащищенным слоям населения в дистанционном формате.

Так же в Великобритании широкое распространение получил проект «Большая газета», суть которого заключается в том, что издание продаёт свой журнал бездомным за половину стоимости, а по-

следние уже самостоятельно продают его на улице прохожим, тем самым зарабатывая деньги и развивая навыки коммуникации и адаптации в обществе [1].

С целью охраны окружающей среды многими странами активно внедряется и функционирует система экологического менеджмента. Она во многом обеспечивает значительные возможности для сокращения негативного воздействия на окружающую среду, которое связано главным образом, с акцентом на реализацию малозатратных организационных, природоохранных и других мероприятий [4].

Проект «Сохраните еду» из Финляндии объединил в себе социальную инновацию, связанную как в сфере социального обеспечения, так и в сфере защиты экологии [1]. Его смысл заключается в том, чтобы излишки пищи не выбрасывали, а ими делились с теми, кто в ней нуждается при помощи бесплатного мобильного приложения.

О примерах применения социальных инноваций в жизни общества и экономике можно говорить практически бесконечно.

В целом, в результате анализа социальных инноваций в обществе, можно сделать вывод, что главными чертами инновационного общества в современных экономических условиях являются: внедрение новейших разработок в жизнь людей не только в промышленность, но и в культуру; переработка материальных экономических ресурсов в сторону информационных ресурсов; подчеркивание значимости информации как фактора личностного и национального совершенствования [4].

Инновации, в особенности социальные, являются неотъемлемыми двигателями для экономического развития и повышения качества жизни населения планеты, преимущественно проживающего в больших развитых городах.

По результатам исследований, проведенных компаниями «Frost & Sullivan» и «Hitachi Europe Ltd.» по итогам 2021 года 56 % населения планеты будет проживать именно в городах, а уже по итогам 2025 года более 35 городов станут мегаполисами или «умными» городами [4]. При этом объем рынка интеллектуальных технологий по всему миру достигнет колоссального объема в 1,6 трлн долл. США [4].

«Зеленая» продукция и экологически-чистые оказываемые услуги будут максимально активно улучшаться. Свою же нишу на рынке займут и «умные» продукты и услуги, а интеллектуальные цифровые технологии станут ключевым фактором эффективности и устойчивого развития экономики [5].

Таким образом, инноваций, оказывающих положительный эффект на общество, множество и их необходимо реализовывать.

Экономика, которая основана на знаниях, безусловно, является механизмом для решения глобальных проблем. Для достижения цели необходимо действовать только в культурно зрелом обществе с устоявшимися нравственными устоями.

Первым этапом при переходе к инновационному развитому человеческому обществу понимают именно воспитание новейшего поколения экономических деятелей, в сознании которых приоритеты будут поставлены не на извлечение материальных благ любыми средствами, а на принятие ответственности не только за свое здоровье, но и за здоровье и благополучие других людей, развитие творческих способностей и устойчивое развитие всей планеты.

Таким образом, в данной статье были рассмотрены актуальные социальные инновации для нашего времени. Какие проблемы общества они решают и насколько положительный эффект имеют.

ЛИТЕРАТУРА

1. Варавва М. Ю. Наука и инновации: состояние и проблемы в условиях формирования в России экономики знаний // Журнал экономической теории. 2014. № 2. С. 80–86.

2. Варавва М. Ю. Формы активизации иностранных инвестиций в высокотехнологичные сектора экономики России // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях. Красноярск : Научно-инновационный центр. 2019. С. 153–160.

3. Горин Е. А., Имзалиева М. Р. Потенциал инновационного развития общественной экономики. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина). ООО «Трансфер-Инновации». № 7. 2020. С. 5–11.

4. Гохберг Л. М., Соколов А. В. Глобальные тренды и перспективы научно-технологического развития Российской Федерации // Краткие тезисы: докл. к XVIII Апр. Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 11–14 апр. 2019. М. : Изд. дом ВШЭ. С. 39.

5. Невская Н. А. Влияние технологий на трансформацию рынков и борьба за мировое промышленное лидерство // Вестник НГИЭИ. 2020. № 12 (115). С. 58–68.

Т. С. Холоденина

*преподаватель кафедры «Техническое обслуживание,
организация перевозок и управление на транспорте»*

ГБОУ ВО НГИЭУ, р. п. Воротынец

ПРИМЕНЕНИЕ РОТАЦИОННЫХ ПЫЛЕУЛОВИТЕЛЕЙ В ПРОЦЕССАХ ПОСЛЕУБОРОЧНОЙ ОБРАБОТКИ ЗЕРНА И СЕМЯН

Рынок пестрит многообразием пылеулавливающей техники различных типов: циклоны, тканевые фильтры, пылеосадительные камеры, жалюзийные и ротационные пылеуловители и др. Каждому, из перечисленных типов пылеуловителей, свойственны как преимущества, так и недостатки.

Устройства для обеспыливания воздуха классифицируют по способу выделения пыли и конструктивным особенностям согласно ГОСТ 122043-90 «Оборудование пылеулавливающее. Классификация» [2]. Классификация пылеуловителей представлена на рисунке 1.

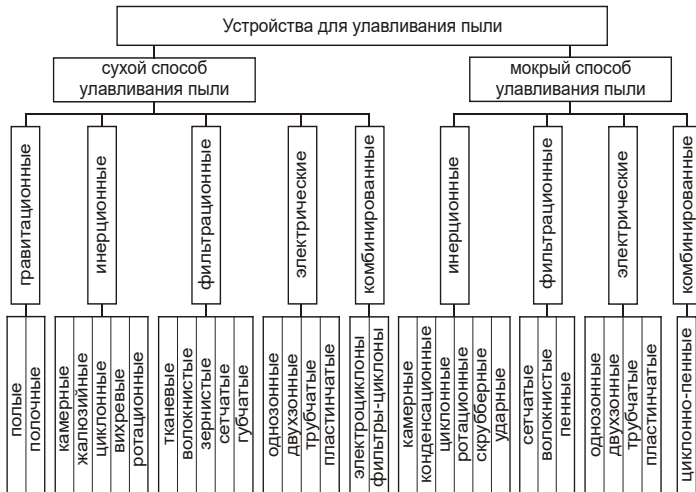


Рисунок 1 – Классификация пылеуловителей

Пылеуловители подразделяют на две большие группы, в зависимости от типа пылеулавливания – сухие и мокрые. Мокрые пылеуловители имеют более высокую степень очистки при меньших размерах. Но их весомым недостатком является высокая стоимость очистки воздуха, что, в свою очередь, ограничивает их использование, из-за потребности в оборотном водоснабжении.

В послепроцессной обработке зерна и семян данный тип пылеуловителей не нашел своего применения, поэтому в дальнейшем рассмотрим пылеуловители сухого типа.

Пылеуловители, которым характерен сухой способ обеспыливания воздуха, также классифицируют на пять групп: гравитационные, инерционные, фильтрационные, электрические, комбинированные. Каждая из групп, в свою очередь, подразделяется ещё на несколько групп (рисунок 1).

Разработка ротационных пылеуловителей является одним из перспективных направлений развития пылеулавливающей техники. Данный вывод основан на том, что устройствам данного типа характерна высокая степень очистки, сравнимая с циклонами и тканевыми фильтрами (90–95 %), низкий удельный расход электроэнергии и высокая компоновка [3; 4].

Ротационные пылеуловители изображены на рисунке 1. Конструкция ротационных пылеуловителей проста с технологической точки зрения. Устройство состоит из пылесборника и рабочего колеса. Процесс пылеотделения осуществляется в каналах вращающегося ротора при движении пылевоздушного потока, которое обеспечивается посредством центробежных и кориолисовых сил инерции. В свою очередь, ротационные пылеотделители подразделяются на следующие категории – с осевым, центробежным и центростремительным движением воздуха в роторе [1; 2; 4].

Действие пылеуловителей с осевым движением воздуха в роторе (рисунок 2, а) основывается на том, что пылевоздушный поток сконцентрирован по продольному направлению осевых каналов вращающегося ротора. Центробежные силы инерции воздействуют на частицы пыли и направляют их радиально, а кориолисовые силы устремляют эти частицы к набегающим лопаткам ротора. Частицы пыли, выходящие за пределы ротора, сепарируются от пылевоздушного потока.

Пылеуловители с центробежного типа проиллюстрированы на рисунке 2, б. В рассматриваемом типе пылеуловителей пылевоздушный поток перемещается в радиальном направлении от оси вращения ротора. Под действием центробежных и кориолисовых сил частицы пыли перемещаются к периферии ротора и устройству сбора

пыли. В результате чего обеспыленный воздух выводится через выхлопной патрубок.

Устройства для улавливания пыли с центростремительным движением воздушной смеси показаны на рисунке 2, в. Их действие заключается в следующем: запыленный поток воздуха затягивается колесом вентилятора в каналы ротора, а затем перемещается от периферии к оси ротора – обратно направлению центробежных сил. Силы инерции отбрасывают частицы пыли в устройство для сбора пыли.

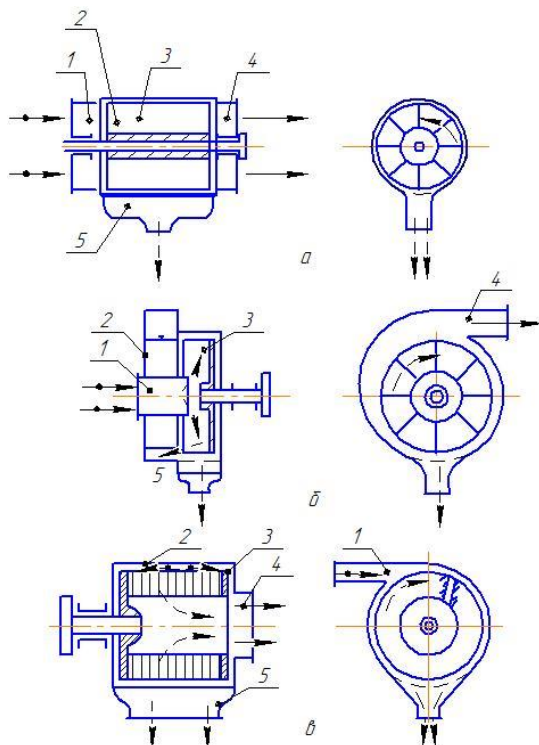


Рисунок 2 – Характеристика ротационных пылеуловителей, в зависимости от направления движения воздуха в роторе: а – осевые; б – центробежные; в – центростремительные; 1, 4 – входной и выходной патрубки; 2 – корпус; 3 – ротор; 5 – устройство для сбора пыли; $\bullet \rightarrow$ – пылевоздушный поток; \rightarrow – обеспыленный воздух; $-- \rightarrow$ – лёгкие примеси и частицы пыли

В современных условиях более востребованы ротационные пылеуловители с центробежным движением воздуха. Среди них

выделяют вентиляторные и специальные пылеуловители [2; 3; 4]. Их характерная особенность заключается в том, что в качестве рабочего колеса используется ротор пылеуловителя, благодаря чему установка становится менее энергозатратной. Существенным минусом является то, что аэродинамические показатели установки ниже чем у обычного вентилятора.

Менее востребованными оказались ротационные пылеуловители с центростремительным движением воздуха, в связи с высокими энергозатратами на привод вентилятора.

Достоинствами пылеулавливающих устройств данного типа можно назвать следующее:

- компактность, за счёт небольших габаритных размеров;
- значительная степень очистки пылевоздушной смеси (более высокая, чем у жалюзийных пылеуловителей и близка к циклонам), для мелких фракций ($d_{cp} \leq 0,1$ мм);
- пылеуловители-вентиляторы выполняют сразу две функции – пылеуловителя и вентилятора.

Недостатками ротационных пылеуловителей можно назвать низкую эксплуатационную надежность, по сравнению с другими элементами пылеуловителей, плохую компоновку с другими элементами пневмосистем и высокий удельный расход энергии.

Анализируя вышесказанное данный тип пылеуловителей уместно использовать при необходимости в компактности устройства и высокой степени очистки воздуха в процессах послеуборочной обработки зерна и семян.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев Г. М. Техника пылеулавливания и очистки промышленных газов. Справочное издание. М., Металлургия. 1986. 130 с.
2. ГОСТ 122043-90. Оборудование пылеулавливающее. Классификация. 1980. 8 с.
3. Ильичёв В. В. Выбор устройств для улавливания пыли в зависимости от условий их функционирования // Вестник НГИЭИ. 2014. № 10 (41). С. 73–81.
4. Казаков В. А. Обоснование технологической схемы и параметров ротационного поперечно-поточного пылеуловителя для очистки воздуха в процессах обработки зерна и семян. Дис. ... канд. техн. наук. Киров. 1999. 155 с.
5. Волхонов М.С., Абаляхин А.М., Крупин А.В. Обоснование конструктивных параметров нового измельчителя фуражного зерна // Вестник НГИЭИ. 2020. № 11 (114). С. 5–16.

Для заметок

Научное издание

**Основные направления развития техники, технологии,
индустрии сервиса и туризма**

V Всероссийская научно-практическая конференция
(Воротынец, 23 апреля 2021 г.)

Материалы и доклады

Том I

Материалы и доклады представлены в авторской редакции

Подписано в печать 10.06.2021 г.
Формат 60×90 1/16. Бумага писчая. Гарнитура Times New Roman.
Усл. печ. л. 10,74. Уч.-изд. л. 8,69. Тираж 50 экз. Заказ № 10.

Отпечатано в ИПЦ НГИЭУ с оригинал-макета
606340, Нижегородская область, г. Княгинино, ул. Октябрьская, 22а