



Комитет по образованию
Санкт-Петербургское государственное автономное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж туризма и гостиничного сервиса»
Ресурсный центр

Инновационные направления и перспективы развития индустрии гостеприимства в России

Сборник материалов
пятой региональной студенческой научно-практической конференции
2015 г

Санкт-Петербург

Инновационные направления и перспективы развития индустрии гостеприимства в России.

Пятая региональная студенческая научно-практическая конференция организована и проведена Ресурсным центром подготовки специалистов Санкт-Петербурга при поддержке Комитета по образованию Санкт-Петербурга и Санкт-Петербургской Академии постдипломного педагогического образования на отделении «Туризм» Колледжа туризма Санкт-Петербурга 26 ноября 2015 г.

Данный выпуск является сборником материалов пятой региональной студенческой научно-практической конференции 2015 г.

Сборник охватывает широкий спектр тем, связанных с глобальными политическими и экономическими процессами, которые затрагивают работу каждого предприятия и общество в целом.

В сборник включены работы студентов Колледжа туризма Санкт-Петербурга, Санкт-Петербургского технического колледжа, Колледжа пищевых технологий и Санкт-Петербургского института гостеприимства.

Редакционный совет:

Барышева Г.Н., заведующая ресурсным центром Колледжа туризма Санкт-Петербурга
Жолнерович В.Г., методист ресурсного центра Колледжа туризма Санкт-Петербурга

Рецензент:

Миланов А.В., заместитель директора по научно-методической работе Колледжа туризма
Санкт-Петербурга

Колледж туризма Санкт-Петербурга, 2015

ПРЕДИСЛОВИЕ

Традиционная студенческая научно-практическая конференция проводится в целях популяризации научно-исследовательской деятельности среди обучающихся профессиональных образовательных учреждений, активизации учебно-познавательной и профессионально-творческой деятельности студентов через эффективную организацию научно-исследовательской работы для подготовки высококвалифицированных специалистов конкурентоспособных на рынке труда. А также анализа взглядов на проблемы и перспективы образования в сфере сервиса, обобщения опыта профильных образовательных учреждений, общественных организаций, личного опыта научных исследований и практической деятельности студентов, преподавателей и представителей отрасли.

Студенческие доклады были распределены по секциям «Управление сферой сервиса в современных условиях» и «Инновации в бизнес-среде сферы сервиса».

Участники Конференции представили свои исследовательские проекты, связанные с повышением качества продукции и услуг, расширением их ассортимента, что особенно актуально для современной российской экономики.

Лучшие студенческие работы, написанные для материалов конференции, представлены в данном сборнике.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
РАЗДЕЛ I. УПРАВЛЕНИЕ СФЕРОЙ СЕРВИСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.	6
<i>Авраменко С., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Иваненкова Т.Е. Создание качественно новых продуктов с заданными свойствами, как шаг развития экономики в сфере сервиса.	6
<i>Бучнева А., Осипенко Д., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Малышева О.А. Математические методы решения экономических задач в индустрии гостеприимства.	12
<i>Владимирова М., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Сидорова Ю.Ю. Конкурсы профессионального мастерства как значимый фактор для профессионального развития и самообразования.	18
<i>Галямов И., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Липнина И.А. Современное состояние и проблемы управления сферой авиационного сервиса на примере компании «Трансаэро».	23
<i>Жукова Ю., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Игнатьева В.В. Образование через путешествия: волонтерские стажировки в страны мира как способ получения дополнительного образования и опыта работы.	26
<i>Кёллерманн К., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Хорова Л.Л. Психологический аспект развития экотуризма в регионах России на примере Сахалинской области.	30
<i>Корнеску Е.И., Сидоряк В.Г., Санкт-Петербургский институт гостеприимства</i> Преподаватель - консультант Бреслав Г.Э. Причины конфликтов между преподавателями и студентами.	35
<i>Мельникова А., СПб ГБПОУ «Колледж пищевых технологий»</i> Преподаватель - консультант Новикова А.В. Система HoReCa и ее возможности на примере предприятий общественного питания Санкт-Петербурга.	40
<i>Ответчикова Е., Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Преподаватель - консультант Смирнова И.В. Импортозамещение – как инновации в коммерческой деятельности торговых предприятий.	42
<i>Порина Е., ГБПОУ «Санкт-Петербургский технический колледж»</i> Преподаватель - консультант Тябина Н.Д. Современные тенденции в диетическом питании как перспектива развития гостинично-ресторанного комплекса.	46

Солдатова М., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Сушкевич В.П. Экологический менеджмент в гостиничном бизнесе.	49
Софенко С., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Липнина И.А. Анализ взаимосвязи мероприятий по повышению качества обслуживания и уровнем сервиса на предприятиях питания.	53
РАЗДЕЛ II. ИННОВАЦИИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ СФЕРЫ СЕРВИСА.	57
Андреев Д., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Черепнин В.И. Инновации и высокие технологии в сфере геодезии.	57
Васьков Н., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Булакова Е.Е. Инновационное развитие предприятия.	59
Капленко Е., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Ларионова Н.М. Новые перспективы в оснащении предприятий малого и среднего бизнеса универсальным оборудованием.	62
Коротков Е., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Булакова А.С. Инновации в сфере торговли.	65
Кравчук Д., Санкт-Петербургский институт гостеприимства Преподаватель - консультант Семухина Е.В. Туристский потенциал арктической зоны Российской Федерации.	68
Николюкина Е., ГБПОУ «Санкт-Петербургский технический колледж» Преподаватель - консультант Суслова О.И. Халяль-туризм – новый тренд гостиничного бизнеса.	72
Платонова С., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Радзевич И.Д. Инновационные подходы к разработке туристских услуг для лиц с ограниченными возможностями.	75
Страшнова В., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Горелая Л.В. Инновационная среда туристского рынка Санкт-Петербурга.	78
Старчук А., Колледж туризма Санкт-Петербурга Преподаватель - консультант Расина Т.А. Инновации в строительной индустрии.	82
Шамров Г., СПб ГБПОУ «Колледж пищевых технологий» Преподаватель - консультант Новикова А.В. Инновации в малом бизнесе в сфере общественного питания.	84

РАЗДЕЛ I

УПРАВЛЕНИЕ СФЕРОЙ СЕРВИСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

СОЗДАНИЕ КАЧЕСТВЕННО НОВЫХ ПРОДУКТОВ С ЗАДАННЫМИ СВОЙСТВАМИ, КАК ШАГ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ.

Студентка: Авраменко Светлана

Преподаватель-консультант: Иваненкова Татьяна Евгеньевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Проблема современного рынка в том, что потребление пищи на Земле растет неуклонно. Например, согласно статистике, уже через десять лет население планеты будет употреблять мяса вдвое больше, чем сейчас. Еда будущего давно описана в фантастических романах, и до начала реализации такой еды осталось немного времени. Так для каждого седьмого жителя планеты вопрос о том, чем заменить многие виды продуктов, давно решен.

Актуальность данной работы заключается в том, что человечество остро нуждается в функциональном питании. Каждый четвертый житель планеты страдает от белково-энергетической недостаточности и дефицита минералов и микроэлементов. В настоящее время большое внимание уделяется разработке функциональных продуктов для здорового питания.

В исследовательской работе намечено: изучение качественно новых продуктов с заданными свойствами положительного физического эффекта на организм человека, для укрепления его здоровья.

Гипотеза: Качество пищи – один из важнейших критериев, влияющих на здоровье и качество жизни человека.

Учёные всего мира не оставляют попыток решить проблему продовольственного кризиса, работая над созданием новых продуктов. Сотрудники лаборатории функционального питания российского Мичуринского государственного аграрного университета получили 8 патентов на уникальные продукты здорового питания, всего же их в исследовательском центре за последний год разработано более 20-ти.



Сотрудники разработали:

- ❖ богатые витаминами **сиропы**, которые состоят только из натуральных плодов и ягод;



- ❖ 40 рецептов уникальных **чаёв** серии «Упоительные вечера», состоят из нескольких десятков трав, плодов и листьев деревьев. Чаи способны снимать усталость, бодрить и улучшать настроение;



- ❖ **чипсы из яблок** – вкусная замена картофельным чипсам. Порезав яблоки на тонкие ломтики, их загружают в специальную сушилку. Агрегат уникален тем, что в нём происходит и испарение влаги, и бактерицидная обработка продукта под воздействием инфракрасного излучения. Через час продукт, сохранивший в себе все биологически-активные вещества и цветовую гамму, готов к потреблению;



❖ **хлопья из топинамбура** применяют в большом количестве для производства пищевых продуктов. Например, содержащийся в нём инулин – отличная альтернатива сладкого для людей, страдающих сахарным диабетом, а богатый витаминный комплекс удивит даже самых требовательных спортсменов;



- ❖ **хлебобулочные изделия**, в которых помимо натурального сырья используют дрожжевые закваски, отруби, семечки для лучшего усвоения организмом;
- ❖ **фруктово-цукатные батончики** – отличная альтернатива шоколадным батончикам. Функциональных веществ в них с избытком. Антиоксидантная активность одного батончика приравнивается к полкило клюквы;



- ❖ **порошок из тыквы** можно использовать как муку для приготовления каш, для выпечки разных видов продуктов;



- ❖ томатные соусы являются высококалорийными продуктами, в то время как **овощной соус с калиной** хорошо усваивается организмом;
- ❖ не менее интересным для глаза обывателя было бы увидеть в баночке консервированных томатов бутоны известных в России цветов – бархатцев. Эти «остатки рая на земле» применяются в качестве специи. Они обладают интересными вкусовыми характеристиками и бактериологическими свойствами, улучшают обмен веществ и препятствуют простудным заболеваниям.



Российские и японские учёные представили во Владивостоке совместные разработки инновационных продуктов питания. Главный ингредиент всех блюд — **морская капуста и ламинария**. Необычными блюдами порадовали учёные — это сосиски с водорослями, роллы из лосося и водорослей и различные супы. Сейчас две страны активно исследуют питательные свойства ламинарии.

Учёные России, утверждают, что вполне возможно создать многолетние зерновые культуры, которые потребуют меньше удобрений, гербицидов и горючего (для культиваторов), чем однолетние зерновые, что сделает мировое сельское хозяйство более устойчивым. Актуальные виды зерновых культур: киноа (*рисовая лебеда*) богата белками, протеинами и аминокислотами. Продукт используется в приготовлении супов, пирогов, пасты. Такой позабытый вид пшеницы как полба, обладает высокой водорастворимостью,

из-за чего очень быстро и легко усваиваются организмом. Сегодня многие фермеры переходят от выращивания таких культур, как кукуруза и рис, обратно к традиционным сортам проса. Просо отличается повышенной стойкостью, пригодно для выращивания на сухой почве, неплохо переносит жару. В настоящее время работа по выведению многолетних зерновых ведётся в России, Аргентине, Австралии, Китае.

Всю линейку продуктов, разработанных учёными, и их полезных свойств даже не перечислить, но стоит отметить, что основная задача, которую исследователи ставят перед собой – разработка рецептов, а также отработка технологий приготовления функциональных продуктов питания для отечественных предприятий пищевой промышленности. Другими словами, здесь создаётся будущее нашей пищевой отрасли.

Проблема нехватки мяса решается голландскими учеными университета Маастрихта. Они вырастили небольшие *куски мышечной ткани из миобластов* — стволовых клеток, которые сохраняются в мышечной ткани взрослых животных. В продажу такое мясо – «вкусное, питательное и недорогое» - поступит в ближайшие 5 лет. В продукте нет ни жировых прослоек, ни сухожилий. Затраты будут в два раза меньше, чем на естественное производство.



Американская компания Beyond Meat придумала *замену куриному мясу*. Учёные института Миссури после семи лет разработки вывели продукт на рынок. Они смешивают сою, белки бобовых культур, муку и белковые волокна.



Профессор Гарвардского университета Дэвид Эдвардс разработал *съедобную форму упаковки* продуктов WikiCell. Она состоит из перемолотых орехов, кальция и

клеякой субстанции, вырабатываемой водорослями. Из полученной муки делают твердую оболочку в форме шариков. Внутрь WikiCell можно залить, например, йогурт или суп.



Компания из Сан-Франциско The Solazyme получила **муку из водорослей**. Бледно-желтый порошок предлагают сделать основой, например, мороженого, печенья или шоколада. Таким образом, получатся вкусные и менее калорийные блюда.



Исследование, проведенное специалистами Оксфордского университета, доказало, что звук способен влиять на вкус пищи. Высокие звуки добавляют еде сладости, а низкие делают вкус более горьким. Десерт можно сделать более полезным за счёт снижения сахара, не жертвуя при этом его вкусовыми качествами. Такая еда не только вкусная и полезная, но и поднимает настроение, стабилизирует нервную систему.

Подведём итоги. Создание качественно новых продуктов с заданными свойствами – это новый шаг в науке о питании, именно они в скором времени могут принципиально поменять общую структуру питания значительной части людей на Земле.

Список используемых источников:

1. Необычные источники белка - http://zdr.ru/articles/neobychnye_istochniki_belka
2. 5 необычных источников белка - <http://www.pravilnoe-pitanie.ru/5-neobychnykh-istochnikov-belka/>
3. Еда будущего - <http://pitanie-dlya-zdorovya.ru/raznoe/eda-budushhego>
4. Какой будет еда будущего? - http://zdravkom.ru/how_right/eda_budushhego
5. На первое, второе и третье в меню будущего - <http://www.neizvestniy-geniy.ru/news/3543.html>

6. Продукты будущего: еда из пробирки - http://www.softmixer.com/2013/08/blog-post_13.html
7. Будущее еды: 14 новых технологий - <http://pandoraworld.su/index.php?/topic/3570-%D0%BA%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B9-%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B5%D0%B4%D0%B0-%D0%B2-%D0%B1%D1%83%D0%B4%D1%83%D1%89%D0%B5%D0%BC/>

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Студенты: Бучнева Анастасия, Осипенко Дарья

Преподаватель-консультант: Малышева Ольга Алексеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Математика имеет хороший инструмент. Экономика обладает хорошим материалом. Экономико-математические методы – это совмещение хорошего инструмента с хорошим исходным материалом.

Генрих Герц

Своё исследование – проект – мы посвятили изучению роли современной математики в развитии, совершенствовании экономической отрасли России.

Актуальность темы очевидна в тех условиях, в которых сегодня находится наша страна, и, в частности, её экономика.

Цель исследования: изучить современные математические методы, позволяющие эффективно решать проблемы экономики сервисной отрасли.

Задачи, которые надо решить для достижения этой цели:

- изучить теоретические основы, выявить математические методы, применяемые в экономике;
- привести конкретные примеры их использования в планировании, организации производства, управлении производством.

Гипотеза: добиться соответствия уровня предприятий сферы сервиса и туризма потребностям рынка возможно с помощью повышения эффективности планирования, организации, управления в этой сфере. Специалисту отрасли для того, чтобы быть высококлассным профессионалом, необходимо быть хорошо образованным и, в частности, в области математики.

Методы исследования:

- *Изучение* различных источников информации
- *Анализ* полученной информации, сравнение
- *Обобщение*

На данный момент эта тема очень актуальна, т.к. успешная реализация достижений научно - технического прогресса в нашей стране тесным образом связана с использованием математических методов и средств вычислительной техники при решении задач из различных областей человеческой деятельности. Исключительно важное значение приобретает использование указанных методов и средств при решении экономических задач.

Математика и экономика – это самостоятельные отрасли знаний, каждая из которых обладает своим объектом и предметом исследования. Одна – абстрактна, другая – практична. Что здесь может быть общего? Однако, взаимосвязь между этими науками, роль математических методов в анализе экономических процессов были отмечены учёными ещё в XVI веке, но только XIX век стал временем серьезного применения математического аппарата в экономике. В политической экономике XIX века зародилась математическая школа, представителями которой были Л. Вальрас, О. Курно, А. Маршалл и другие. Они одни из первых, кто попытался пользоваться математическим аппаратом в изучении механизма функционирования рынка. Следом, за этими выдающимися экономистами, математические методы начинают использовать и русские ученые – экономисты, такие как В.И. Дмитриев, И.П. Кондратьев, Е. Слуцкий.

При возникновении государственного планирования в 1920-е гг. вопрос использования математического аппарата в экономике становится предметом острейших споров. Тем не менее, начиная с 1940-х по 1960-е гг. тема применения математики в экономике России почти не рассматривалась. Имеющиеся на тот момент времени математические методы регулирования планово-экономических задач в действительности не использовались. В середине 40-х гг. XX столетия в развитых зарубежных странах начинается молниеносный процесс внедрения математики в экономику, как в сферу научных исследований, так и в отрасль управления бизнесом. В СССР к использованию математического аппарата возвращаются только в конце 50-х годов текущего века.

На данный момент потребности экономики в новых математических методах опережают способности математики. Экономическая действительность вызвала происхождение целых направлений в прикладной математике – теории игр, программирования, теории массового обслуживания и др.

Таким образом, две совершенно разные науки, такие как экономика и математика тесно взаимодействуют между собой. Фактическое применение математики в экономических исследованиях, позволяющее объяснить прошлое, увидеть будущее и оценить результат своих действий, требует значительных усилий.

Математические методы, применяемые в экономике.

Мы изучили несколько математических методов и выделили из них некоторые. К ним относятся:

1. Математическое моделирование: линейное программирование
2. Дифференциальное исчисление
3. Метод наименьших квадратов

Математическое моделирование. Задачи линейного программирования

Модель — образ какого-либо объекта или системы объектов, используемый при определённых условиях в качестве их «заместителя» или «представителя».

Математическое моделирование — построение математической модели.

Задачи линейного программирования — один из видов задач математического моделирования.

Методика построения экономико-математической модели состоит том, чтобы экономическую сущность задачи представить математически, используя различные символы, переменные и постоянные величины, индексы и другие обозначения.

Все условия задачи необходимо записать в виде уравнений или неравенств, поэтому, в первую очередь необходимо определить систему переменных величин, которые могут для конкретной задачи обозначить искомый объем производства продукции на предприятии, количество перевозимого груза поставщиками конкретным потребителям и т. д. Как правило, для обозначения переменных величин используются буквы: x , y , z , а также их модификации.

При наличии математической модели мы избавляемся от необходимости дорогостоящих экспериментов, как правило, сопровождаемых многократными пробами и ошибками. Это можно делать на модели, которую, условно говоря, можно резать и перекраивать неоднократно без всяких капиталовложений. Это одно достоинство модели. Другое заключается в том, что формализация дает возможность сформулировать реальную задачу как математическую и позволяет воспользоваться для анализа универсальным и мощным математическим аппаратом, который не зависит от конкретной природы объекта. Математика проводит детальный количественный анализ модели, помогает предсказать, как поведет себя объект в различных условиях и дает рекомендации для выбора наилучших вариантов решения проблемы.

Примеры задач линейного программирования:

Задача №1: (об оптимальном рационе питания)

Чебурашке положено ежедневно съедать не менее 6 единиц белков, 8 единиц жиров и 12 единиц углеводов. Есть два вида продуктов. Одна единица первого продукта содержит 21 единицу белка, 2 единицы жира, 4 единицы углеводов и стоит 3 рубля. Для второго продукта соответствующие цифры следующие: 3, 2, 2 и 2 рубля. Вычислите оптимальный рацион питания Чебурашки, предварительно составив математическую модель для решения задачи.

Вся прелесть математике в том, что в этой задаче сюжет можно изменить, в зависимости от конкретного вида деятельности, но её математическое решение будет тем же.

№2: Задача о составлении оптимального плана

Составьте оптимальный план производства продукции так, чтобы стоимость всего произведённого была максимальной, если: цена 1 единицы каждой продукции 20 ден. Ед., на каждую единицу первой продукции расходуется: 4 единицы сырья, 1 ед. материалов, 2 человекодня трудовых ресурсов; второй продукции соответственно- 2, 3 и 3.

Общие объёмы ресурсов: трудовых – 12, сырья-16, , материалов-9.

Цена 1 ед. сырья-1 д.е., материалов-3 д.е.

*Проанализируйте математическую модель этой задачи: как можно увеличить стоимость всей продукции (если можно), если можно привлечь дополнительные ресурсы, а лишние продать?

Продукция	Цена продукции	Норма расхода ресурсов		
		трудовых	сырьевых	материалов
№1	20	2	4	1
№2	20	3	2	3
Всего		12	16	9
Цена ресурсов	-	-	1	3

Решив эту задачу в первой части, можно продолжить экспериментировать с математической моделью, построенной для её решения. В результате увидим, что можно перейти к новому плану, дающему увеличение стоимости всего обмена продукции на счет изменения ассортимента и дополнительном вовлечении сырьевых ресурсов и отказа от излишних (продав их).

№4: Туристическая фирма заключила контракт с двумя турбазами в г. Сухуми и в окрестных горах, рассчитанных соответственно на 200 и 150 человек. Туристам для посещения предлагаются ботанический сад, обезьяний питомник, поход в горы. Составьте маршрут движения туристов так, чтобы это обошлось им как можно дешевле, если:

Обезьяний питомник принимает в день 60 человек, ботанический сад – 180 человек, а в поход в один день могут пойти 110 туристов. Стоимость посещения дана в таблице:

	О.П.	Б.С.	поход
С 1 т/базы	5	6	20
Со 2 т/базы	10	12	5

Конечно, в сегодняшнем исследовании мы ещё не можем самостоятельно решить эти задачи. Но это – дополнительный стимул для дальнейшего образования. Не надо никого убеждать в том, насколько важны вопросы экономики, связанные с оптимизацией прибыли, расходов сырья, материалов.

Эти задачи можно решать, применяя **методы дифференциального исчисления, понятие производной.**

Например:

№5: Затраты на производство «х» единиц товара $d(x) = 25x + 200$, цена товара $p(x) = 100 - \frac{x}{50}$. Сколько товара нужно произвести, чтобы прибыль была максимальной? Чему равна

максимальная прибыль? Сколько товара нужно произвести, чтобы прибыль была максимальной, если с каждой единицы товара взимается налог, равный 10?

№6: Предприниматель намерен производить и продавать некоторую продукцию. Начальные расходы на организацию дела составят 10000 денежных единиц. Расходы на производство одной единицы продукции зависят от количества произведенной продукции «х» и равны $d(x) = 2000 + \frac{1000}{x^2}$. Цена одной единицы продукции равна $p(x) = 3000 - 0.5x$.

Какое количество продукции нужно произвести, чтобы получить максимальную прибыль? Чему равна максимальная прибыль?

№7: Полные издержки производства «К» от объёма производства «х» выражается формулой $K(x) = x^3 - 6x^2 + 9x$. Опишите динамику изменения издержек в зависимости от количества произведенной продукции.

№8: Функция d спроса на товар имеет вид $d(p) = 50 + 13p - p^2$, где p - цена. При какой цене спрос максимален? равен 0?

В приведённых задачах предполагается, что есть функция, задающая зависимость одной величины от другой. А где мне взять эту функцию? Оказывается, можно такую функцию построить именно для своего предприятия, по данным, полученным на практике. Это позволяет сделать метод, известный под названием

Метод наименьших квадратов.

Смысл его прост. Показываю на примере.

№9: Зависимость между средствами, вложенными в производство, и прибылью, полученной в результате, отражает таблица:

Средства (ден.ед)	1.0	2.0	3.0	4.5	5.0	7.0	6.0	4.0	7.0	8.0
Прибыль (ден.ед)	2.5	4.1	5.5	8.0	9.0	12.0	10.1	6.5	10.0	11.0

- 1) Построить формулу этой зависимости. Пользуясь формулой, вычислить:
- 2) Сколько средств надо вложить, чтобы получить прибыль в 12.0(ден.ед)?
- 3) Какой планируется прибыль, если вложить 15.0(ден.ед)?

№10: Капитал в 1 млн. рублей может быть размещен в банке под 50% годовых или инвестирован в производство, причем эффективность вложения ожидается в размере 100%. Прибыль облагается налогом в «р»%. При каких значениях «р» вложение в производство является более выгодным, нежели размещение в банке?

№11: Опытным путем установлены функции спроса и предложения q , s – количество товара покупаемого и предлагаемого на продажу, p – цена.

Найти:

- a) равновесную цену;
- b) эластичность спроса и предложения для этой цены;
- c) изменение дохода при увеличении цены на 5% от равновесной.

№12: 1) Сколько различных маршрутов можно составить для знакомства с городами Париж, Вена, Берлин, Мадрид, Рим?

- 2) Сколько возможно маршрутов, если клиент пожелал первым посетить Рим?
- 3) Сколько возможно маршрутов, если путешествие должно завершиться в Париже?
- 4) Если маршрут должен начаться в Риме, а закончиться в Вене?

Какие выводы можно сделать на основе тех знаний, которые мы получили, реализуя свой проект?

- Эффективно может развиваться отрасль, если её экономика строится на научной основе.

- У студента Колледжа есть стимул получать качественное образование, чтобы строить свою профессиональную деятельность грамотно, на научной основе. Знания о наличии математических методов вызывают желание изучать их детально.
- Неплохо было бы, если бы на старших курсах была дисциплина «Прикладная математика».

Список используемых источников:

1. Экономико-математические методы и модели анализа. - <http://www.grandars.ru/student/vysshaya-matematika/ekonomiko-matematicheskaya-model.html>
2. *Просветов Г. И.* Математические методы и модели в экономике: Учебно-практическое пособие. — М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2008.
3. *Догалаков А.*, Экономика и математика. http://adogalakov.narod.ru/trudy/A_G_Dogalakov/staty/ecomath.html
4. *Красс М. С., Чупрынов Б. П.*, Основы математики и ее приложения в экономическом образовании: математические методы и модели в экономике, 2005.
5. *Ермилов М. М.*, Учебное пособие: экономико-математические модели в экономике, 2012.
6. *Малышева О.А.*, Учебно-методическое пособие по математике для специальности СПО «Гостиничный сервис» (с углубленной подготовкой), 2008.
7. Видеокаталог поисковой системы «Яндекс» - video.yandex.ru

КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ЗНАЧИМЫЙ ФАКТОР ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И САМООБРАЗОВАНИЯ

Студентка: Владимирова Марина

Преподаватель –консультант: Сидорова Юлия Юрьевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

За последние несколько лет в системе образования особое внимание уделяется активному привлечению студентов для участия в конкурсах профессионального мастерства.

Основные цели этих конкурсов:

- выработка умений импровизировать, быстро реагировать на возникшие проблемы и различные нестандартные ситуации;
- стимулирование студентов к серьезному изучению английского языка;

- обмен опытом между участниками из разных учебных заведений;
- развитие здоровой конкуренции;
- применение теоретических знаний на практическом опыте;
- рост профессионального мастерства участников конкурса.

Участие студентов в конкурсах профессионально мастерства не только повышает уровень профессиональной подготовки, но и способствуют привлечению внимания к специальности «Гостиничный сервис», повышает ее престиж.

Чтобы доказать это, нужно рассмотреть:

- мотивацию студентов к участию в конкурсах профессионального мастерства;
- WorldSkills как мотивацию для самообразования;
- подготовку к участию студентов в профессиональном конкурсе «Шаг в профессию» и провести его анализ.

Опыт, полученный при прохождении практики в гостиничных предприятиях и во время участия в конкурсах, мастер-классах и тренингах помогает студентам для продвижения в профессиональной деятельности.

1. Мотивация студентов к участию в конкурсах профессионального мастерства.

Современный выпускник должен не только владеть профессиональными компетенциями, но и ощущать потребность в достижениях и успехе; знать, что он будет востребован на рынке труда. Этому, в большей степени, способствует участие студентов в конкурсах профессионального мастерства, которые дают возможность:

- повысить свой социальный статус через образовательную деятельность;
- повысить теоретические и практические навыки;
- изучить опыт других студентов;
- реализовать свой творческий потенциал;
- развить собственные коммуникативные способности;
- установить новые контакты на профессиональном уровне.

Немаловажную роль играет и материальное стимулирование студентов:

- поощрение участия в конкурсе;
- возможность представлять свой город на всероссийских конкурсах;
- дополнительные возможности для прохождения практики в лучших гостиницах города.

2. WorldSkills как мотивация для самообразования.

WorldSkills — это международное некоммерческое движение, целью которого является повышение престижа рабочих профессий и развитие профессионального образования путем гармонизации лучших практик и профессиональных стандартов во всем мире посредством организации и проведения конкурсов профессионального мастерства, как в каждой отдельной стране, так и во всем мире в целом.

С первого дня существования создатели WorldSkills поставили перед собой следующие цели: мотивировать молодых людей конкурировать, чтобы разбудить их энтузиазм по поводу профессиональной подготовки, а также для сравнения навыков и способностей людей из разных стран.

WorldSkills охватывает многие специальности, такие как: строительные технологии, производственные и инженерные технологии, информационные и коммуникационные технологии, творчество и дизайн, обслуживание гражданского транспорта, **специальности в сфере услуг**.

WorldSkills является мотивацией для самообразования, так как это не только профессиональный конкурс, но и база для обучения. Организация проводит семинары и встречи, призванные стимулировать обмен опытом и идеями в сфере образования; поощрять молодежь получать дополнительное образование; способствовать развитию программ обмена для молодых профессионалов между странами – членами организации.

По мнению президента РФ Путина В.В.: «Чемпионат WorldSkills формирует в обществе уважение к человеку труда и популяризирует рабочие специальности».

Несмотря на то, что на данный момент специальность «Гостиничный сервис» не представлена в перечне конкурсной программы, WorldSkills оказывает непосредственное влияние на организацию конкурсов профессионального мастерства в этой области. Например, в конкурсе «Шаг в профессию» с 2014 года 10 конкурсов из 40 проводятся по международному формату WorldSkills, что подразумевает под собой стремление к соответствию новейшим международным стандартам.

3. Подготовка к профессиональному конкурсу «Шаг в профессию» и его анализ.

Шаг в профессию - городской конкурс профессионального мастерства среди обучающихся государственных образовательных учреждений среднего профессионального образования.

Участники конкурса должны продемонстрировать свои знания и умения по следующим заданиям:

1. Самопрезентация
2. Проверка правовых знаний в области гостиничного сервиса

3. Застил кровати по образцу
4. Обслуживание гостя службой room-service
5. Проверка знаний иностранного языка
6. Тестирование
7. Оформление номера

Заданию на проверку знаний иностранного языка уделяется особое внимание, так как тяжело построить карьеру в гостиничном бизнесе, не зная хотя бы один иностранный язык.

На этом этапе у конкурсантов проверяют:

- умение воспринимать иностранную речь профессиональной тематики на слух (аудирование) и заполнять деловое письмо;
- знание перевода иностранных слов;
- способность выполнять часть процедуры бронирования на английском языке.

При выполнении этих заданий конкурсант показывает овладение общими и профессиональными компетенциями.

Конкурсные задания направлены на выявление уровня теоретической и профессиональной подготовки участников, владение профессиональной лексикой, умения применять современные технологии, в том числе информационно-коммуникационные, а также на мотивацию участников к применению творческого подхода к профессиональной деятельности и высокой культуры труда.

4. «Work and Study».

Гостиничные предприятия оказывают значительную поддержку развитию профессиональной подготовки студентов. Программа гостиницы "Амбассадор" **«Work and Study»** - **международная образовательная программа**, позволяющая отправиться в другую страну на срок до 24 месяцев для **обучения в языковой школе** и прохождения **стажировки**. Обычно программа строится следующим образом: 50 % обучения и 50 % стажировки.

Компания ежегодно трудоустраивает на лето за рубежом сотни россиян и наделена правом представлять в России программы от крупнейших организаций-спонсоров из США, Канады, Франции и других стран. Являясь членом ассоциации World Youth Student and Educational, компания сотрудничает со многими аккредитованными образовательными институтами мира.

Работа за рубежом станет для студентов колоссальным опытом, который впоследствии поможет в построении карьеры. **Образование за рубежом** поспособствует

успешному трудоустройству в будущем и будет бесценным опытом для профессионального и личностного роста.

Цель международной программы:

- приобретение международного опыта,
- реализация личного плана карьеры и образования за рубежом для каждого желающего;
- профессиональный рост.

В заключении можно сделать вывод, что конкурсы профессионального мастерства можно рассматривать как этап повышения профессионализма студентов, как развивающуюся практику, направленную на демонстрацию лучших профессионально-личностных качеств его участников и их саморазвитие.

Конкурсы профессионального мастерства играют существенную роль в стимулировании студентов. Это не только соревнования, но и возможность общения с другими участниками, организаторами, членами жюри на профессиональном уровне.

Конкурсы позволяют включиться в активную инновационную деятельность, наиболее полно осуществить личностно ориентированный подход к своему профессиональному и карьерному росту, способствуют распространению международных профессиональных стандартов, поддерживают наиболее одаренных студентов, повышают престиж и статус профессии, влияют на профессиональное развитие, активность, повышение открытости образования.

Продвижение конкурсов профессионального мастерства – долгосрочное и качественное вложение в успех отрасли, а для страны – повышение экономических показателей.

Список используемых источников:

1. Rod Revell, Trish Stott., Highly Recommended: English for the Hotel and Catering Industry, Oxford University Press, 2014.
2. Амбассадорс обучение и работа за рубежом.- <http://ambassadors-abroad.com/ru/>, 2015.
3. Агенство стратегических инициатив. - <http://asi.ru/staffing/worldskills/>, 2015.
4. Чемпионат рабочих специальностей по стандартам. - <http://worldskills.ru/>, 2015.
5. Методические указания по проведению городского конкурса профессионального мастерства "Шаг в профессию" (2014, 2015).
6. Официальный сайт Бурятского республиканского индустриального техникума, семинар «Методика WorldSkills».- <http://brit03.ru/WorldSkills/ws1/>, 2015

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
СФЕРОЙ АВИАЦИОННОГО СЕРВИСА
НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ТРАНСАЭРО»**

Студент: Галямов Ильдар

Преподаватель-консультант Липнина Ирина Алексеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Воздушный транспорт сегодня обеспечивает наиболее высокий уровень комфорта среди всех массовых видов транспорта. Сокращает до предела периоды «бездеятельности» пассажиров и туристов, неизбежные во время полета, сводит к минимуму влияние неблагоприятных природных и метеорологических факторов и обеспечивает благоприятные условия для отдыха в период полета. ОАО Авиакомпания «Трансаэро» - одна из крупнейших авиакомпаний и ведущих авиационных перевозчиков РФ. Компания, первая в России, модернизировала свой парк современными самолетами иностранного производства, стала обслуживать пассажиров внутренних рейсов по международным стандартам, создала гибкую систему тарифов и скидок, разработала и внедрила программы поощрения постоянных клиентов. По итогам 2013 года «Трансаэро» стала первой российской авиакомпанией, которая заняла шестое место в мире по числу пассажиров, перевезенных на маршрутах туризма и отдыха, несмотря на то, что доля чартерных рейсов в общем пассажирообороте компании составила всего 19,4%, а за последние 3-и года «Трансаэро» по основным авиационным показателям заняла второе место в рейтинге авиакомпаний РФ. Ключевыми факторами успеха компании были увеличение частоты рейсов на востребованных и динамично развивающихся направлениях из Москвы на Дальний Восток и Сибирь; дальнейшее расширение сети регулярных маршрутов; оптимизация расписания полетов. Центральной фигурой, обеспечивающей сервис в салоне воздушного судна, является бортпроводник. Сколько всего специалистов задействованы в обеспечении комфортности полета? Здесь и техники по обслуживанию самолетов, и диспетчеры, и пилоты, но окончательное мнение об уровне сервиса воздушных линий создает бортпроводник самолета. Пассажиры высоких классов обслуживания являются наиболее привлекательными клиентами для любой авиакомпании, для которых создается первоклассный сервис, основывающийся на принципах надежности, комплексности и персонального подхода.

На рейсах авиакомпании «Трансаэро» до сегодняшнего дня действует трехклассная система обслуживания по «БИЗНЕС» стандарту — это класс «Империал», «Бизнес-класс», «Премиальный».

Уникальный класс «Империял» на борту ВС - обслуживание осуществляется персональными VIP-менеджерами по сервису, это - лучшие работники «Трансаэро». На борту ВС в салоне уникальные кресла с золотым шитьем раскладываются на 180 градусов и превращаются в удобную кровать. С помощью специального пульта управления можно подобрать наиболее удобный наклон спинки. Индивидуальные телевизоры и многофункциональные мультимедийные видеоплееры с разнообразными программами, самые качественные печатные издания, предельно удобные дорожные наборы помогут пассажирам скрасить время в полете.

Салон Бизнес - класса расположен в передней части самолета и уникален тем, что расстояние между креслами на самолетах «Боинг-737» является самым большим в регионе, а количество кресел самым маленьким. На самолетах «Боинг-777-300» и «Боинг-747-400» кресла раскладываются в полноценную кровать. На рейсах из Москвы предлагается великолепное меню, широкий выбор качественных вин и других напитков.

Салон премиального класса расположен в передней части самолета и присутствует на самолетах «Боинг-777-200» (14-30 мест) и ряде самолетов «Боинг-767» (12-24 места). Разнообразное меню уровня Бизнес – класса, а также широкий выбор алкогольных и прохладительных напитков.

Инновации, воплощаемые авиакомпанией «Трансаэро» на сегодняшний день, приближали уровень обслуживания пассажиров по «бизнес» стандарту к **100%-му** показателю, сюда относится: Система «Transaero Connect». АК «Трансаэро» всегда стремилась к тому, что бы пассажиры во время рейса чувствовали себя максимально комфортно, поэтому авиакомпания выступила с инициативой отмены приказа о запрете использовать мобильные устройства во время взлета и посадки воздушных судов. С начала 2014 года реализовывался проект введения в строй первого класса сервиса - салон «Империял» на узкофюзеляжных самолетах Boeing 737-800, которые выполняли полеты по наиболее востребованным среднемагистральным международным маршрутам Авиакомпании. До 2014 года, пока страну не настиг кризис, компания активно наращивала свой парк. После падения рубля затраты на лизинг самолетов сильно выросли, и «Трансаэро» стало тяжело обслуживать свою задолженность перед банками (ее основные кредиторы — ВТБ и Сбербанк). Осенью 2014 года руководители компании попросили у Минтранса предоставить государственные гарантии по кредитам. Компания задолжала 2,5 млрд. рублей «Роснефти» и почти 2 млрд. рублей «Газпром-Аэро». 1 сентября 2015 года было принято решение о консолидации авиакомпаний "Аэрофлот" и "Трансаэро". Речь шла о покупке группой компаний "Аэрофлот" пакета акций "Трансаэро" размером в 75% плюс одна акция за 1 руб. Крупнейший российский перевозчик

"Аэрофлот" планировал реструктурировать деятельность компании "Трансаэро" и интегрировать ее в группу. В результате сделки по поглощению "Трансаэро" "Аэрофлот" стал бы доминирующим игроком на рынке авиаперевозок в России. По данным за 2014 год, доля группы "Аэрофлот" по пассажирообороту составляла 37,3%, "Трансаэро" — 19,5%. На основе этих данных можно сделать вывод, что в случае слияния двух крупнейших авиаперевозчиков доля рынка объединенной компании составит почти 57%. Финансовым консультантом по санации "Трансаэро" выступил бы Сбербанк, тогда АК "Аэрофлот" начнет обслуживать долг АК "Трансаэро" перед кредиторами после согласования с банками программы реструктуризации. Вопросы реструктуризации парка воздушных судов планировались отдельно обсуждаться с лизингодателями. На начало октября 2015 года стало известно, что авиакомпания «Аэрофлот» отказалась от приобретения «Трансаэро». Это означает, что деятельность последней будет прекращена до 15 декабря 2015 года.

Применительно к воздушному транспорту, показатели качества перевозок и обслуживания закладываются в основу договора воздушной перевозки. Все эти показатели должны находиться на достаточно высоком уровне и обслуживание пассажиров на борту ВС является неотъемлемой частью процесса качественной авиаперевозки (удержание своих пассажиров, привлечение новых потоков), особенно пассажиров высоких классов, откуда компания и должна черпать максимальную прибыль, для всего этого актуально иметь совершенную систему менеджмента качества.

Финансовые просчеты в планировании и прогнозировании экономической деятельности привели к краху крупнейшего авиаперевозчика. Во избежание подобных ситуаций необходимо: 1) Кадры - основная проблема любой компании и, соответственно, её руководителя — кадровая. Сотрудники, не добиваясь должных результатов в своей карьере, или просто по каким-то «внутренним» причинам увольняются. Специалисты, которые, напротив, прогрессируют на глазах, находят другие способы самореализации. Либо просто переходят в компании с более высоким уровнем заработной платы и гибкими условиями, либо не могут адекватно реагировать на свой рост и демонстрируют симптомы «звёздной» болезни. 2) Планирование рабочего времени - Когда в компетенции руководителя находится масса задач, то очень трудно всё успеть 3) Сокращение издержек - любая компания хочет экономить, но, конечно, разумно. Во-первых, нужно найти действенные методы такого сокращения. Во-вторых, воплотить их в жизнь. В-третьих, проанализировать. В-четвёртых, добиться желаемого результата и не понести ещё больше затрат. 4) Недобросовестные контрагенты, дающие заведомо ложную информацию о своей финансовой состоятельности.

Список использованных источников:

1. Типовая технология обслуживания пассажиров по «бизнес» стандарту на борту самолетов ОАО «Авиакомпания «Трансаэро».
2. Официальный сайт авиакомпании «Transaero» - <http://transaero.ru>
3. Официальный сайт туроператора «Дельфин» - <http://www.delfin-tour.ru/info/smi/perevozki/>
4. Официальный сайт Flightglobal - <http://www.flightglobal.com>
5. Официальный сайт системы онлайн-поиска авиабилетов «Lowcosts» - <http://www.lowcosts.ru/news/>
6. Воздушный кодекс Российской Федерации (с изменением на 13 июля 2015 года)

**ОБРАЗОВАНИЕ ЧЕРЕЗ ПУТЕШЕСТВИЯ:
ВОЛОНТЕРСКИЕ СТАЖИРОВКИ В СТРАНЫ МИРА
КАК СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
И ОПЫТА РАБОТЫ**

Студентка: Жукова Юлия

Преподаватель – консультант: Игнатьева Виктория Викторовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Волонтерское движение в мире появилось и получило развитие в 20-е годы XX века в Европе. В этот период большое число молодых людей вызвалось восстанавливать Европу, разрушенную во время Первой Мировой войны. Молодые люди – французы и немцы, в ходе совместной работы определили своеобразный лозунг-концепт волонтерского движения: «Лучше работать вместе, чем воевать друг против друга». В 1920 году, во Франции, под Страсбургом, был осуществлен первый волонтерский проект, в рамках которого волонтеры восстанавливали разрушенные фермы. Денег за свою работу волонтеры не получали, но исправно обеспечивались заинтересованной стороной проживанием, питанием и медицинским страхованием – этот принцип организации волонтерского труда сохранился и по сей день.

Кого же мы называем волонтерами в современной России? Волонтер – это прежде всего человек, добровольно занимающийся безвозмездной общественно полезной деятельностью. Волонтеры работают ради приобретения опыта, специальных навыков и знаний, установления личных контактов. А также волонтеры пропагандируют толерантность, объединяют народы мира, сообщая о своей культуре и стране.

Для каждого мотивация к участию в зарубежных волонтерских стажировках разная. Для одних это возможность увидеть Европу или Азию, Америку, Африку и получить международный опыт работы в конкретной профессиональной сфере. Для других — возможность реализовать свои идеи и амбиции, внести свой вклад в развитие общества и помочь другим людям. Проблематика развития эффективного волонтерства активно развивается в крупных образовательных и культурных центрах страны, особенно в нашем городе. В Санкт-Петербурге интерес к этой теме растет с каждым годом, а в преддверии 2016 года, который возможно будет объявлен Годом волонтера в России, следует ожидать, - охватит практически все сферы развития общества и сервисной экономики, в том числе и туристское образование.

Основные преимущества стажировки за рубежом для будущего специалиста в сфере сервиса можно сформулировать так:

- получить уникальный опыт на рабочем месте;
- возможность использовать полученное образование в новой практической среде;
- знакомство с новыми людьми, налаживание деловых и партнерских связей, расширение дружеского общения;
- возможность усовершенствовать знания иностранного языка;
- получение подтверждения о прохождении стажировки (сертификат или рекомендательное письмо от иностранного работодателя) и др.

На сегодняшний день существует множество организаций, которые помогают студентам - волонтерам принять участие в стажировках за рубежом, которые оказывают поддержку во время всего пребывания в новой стране. Одной из такой организацией является AIESEC, созданная в 1948 году в Стокгольме представителями из 7 европейских стран: Бельгии, Дании, Финляндии, Франции, Нидерландов, Норвегии и Швеции. По данным последнего отчета (2013г.) офисы AIESEC существует в 124 странах и территориях, в том числе и в Российской Федерации. Каждый год реализуются более 26 тысяч международных обменов по всему миру.

По данным компании Gallup, занимающейся изучением общественного мнения, Россия заметно уступает развитым странам по количеству волонтеров: волонтерской работой занимаются 15% наших соотечественников, в то время как средний мировой показатель — 28%. Для дальнейшего развития волонтерских стажировок необходимо практическое изучение проблематики профессионального образования через путешествия в рамках студенческих конференций и семинаров, а также проведение самостоятельных студенческих исследований по данному вопросу. Среди студентов Колледжа туризма Санкт-Петербурга был проведен опрос в социальной сети ВКонтакте на выявление

интереса к волонтерству и получению дополнительного образования с помощью зарубежных волонтерских стажировок. В опросе приняло участие 55 человек, из которых 32% имеют опыт участия в волонтерской деятельности. Несмотря на это большинство участников (90%) заинтересовала программа получения дополнительного образования путем зарубежных волонтерских стажировок, но, если взглянуть на результаты третьего вопроса, то следует обратить внимание на то, что студенты не обладают достаточной информацией о таких волонтерских программах и не знают организации, которые помогают молодым людям отправиться в стажировки, и даже возможен тот факт, что они впервые слышали о таких программах. В настоящее время концепция получения образования через путешествия получила развитие благодаря технологии филд-трип, активно реализуемой в рамках негосударственных исследовательских и волонтерских программ. К филд-трипу можно отнести любую «вылазку за пределы учебной аудитории», имеющую образовательные задачи — начиная от экскурсий на производство музейной лаборатории до производственной практики - стажировки в ходе путешествий и туристско-исследовательских проектов и экспедиций. Путешествие — само по себе можно трактовать как творческий проект. По личному опыту и мнению моих однокурсников и друзей, можно утверждать, что когда дело касается путешествия, студенты демонстрируют редкую работоспособность, могут хорошо распределять роли внутри проекта и строго соблюдают дедлайны. Даже студентам с учебной мотивацией ниже среднего уровня можно смело предлагать серьезные и масштабные проекты образовательных путешествий и волонтерских стажировок в формате филд-трип, предложив молодым людям самостоятельно выбрать место назначения, тему поездки, формат финального продукта и разработать подробную программу под конкретный бюджет. Такие поездки-стажировки очень важны и результативны, поскольку, во-первых, они ставят будущего специалиста в такие условия, когда нужно проявить усилия, навыки самодисциплины и самообразования, а если ты этого не делаешь, то ты никуда не едешь. Во-вторых, когда ты выезжаешь куда-то и погружаешься в совершенно другой культурный контекст, тебе надо очень быстро мобилизовать свои сенсоры и попытаться получить какую-то информацию от города, региона, страны. В-третьих, коллективные поездки учат выстраивать связи и эффективно взаимодействовать. Люди как-то дружат между собой, общаются больше — и, может быть, это главное в истории филд-трипа, чтобы студенты вместе уехали, чтобы превратиться в одну команду. В современных условиях преимущества технологии филд-трипа для развития сервисной экономики определяются, прежде всего, формированием и развитием следующих компетенций в среде выпускников-будущих специалистов:

- аксиологическая культура и навыки эффективного сравнения, так как независимо от предмета изучения и проблематики проекта, путешествие позволяет каждому участнику стажировки понять важность контекста. Как только молодой человек выходит из зоны своего комфорта и отправляется в место с совершенно другим ритмом жизни, он получает возможность задуматься о своем личном кредо и жизненных принципах в этот самый момент и определить, куда он хотел бы двигаться дальше в плане личностного и карьерного роста, что возможно сделать полезного для тех, с кем он вместе живет, общается, работает.

- коммуникативная культура и навыки эффективной групповой работы, так как процесс нахождения в путешествии со своей командой укрепляет ощущение того, что возможно сделать нечто большее, чем находясь в своем образовательном учреждении. Когда ребята оказываются на новой для себя территории, местные жители невольно помещают участников и волонтеров в определенный контекст.

Наиболее успешные практики образования через путешествия сегодня можно найти в программах Глобальной школы будущего, объединяющей потенциалы различных образовательных и волонтерских организаций в регионах России.

Чтобы отправиться на стажировку участнику программы должно быть от 18 до 29 лет, уровень английского языка не ниже среднего. Далее от вас требуется сделать всего 4 шага:

1. пройти отбор на программу (заполнить анкету и пройти собеседование на английском языке),
2. выбрать заинтересовавший вас проект (например, толерантность и знание культур в Египте или неграмотность детей в Индии),
3. надо подтвердить свое участие, заключить договор и оплатить организационный взнос, пройти подготовительный семинар, оформить визу и страховку, купить билеты (питание, проживание и досуг предоставляют организаторы).
4. подготовиться и принять условия стажировки-путешествия: длительность стажировки от 6 до 8 недель с ежедневной занятостью 4-5 часов в день. Остальное время участники могут посвятить работе над проектом, досугу, посещению экскурсий и коммуникациям.

На сегодняшний день, пользуясь сервисами Internet и в социальных сетях можно познакомиться с различными отзывами нескольких сотен российских участников образовательных волонтерских программ и проектных-путешествий.

Принимая окончательное решение об участии в волонтерских стажировках в формате филд-трип, уместно резюмировать обзор по данной теме одним из лозунгов

программы AIESEC, представленной молодым людям Санкт-Петербурга на Молодежном Форуме «Профессиональный рост», на котором мне и моим однокурсникам удалось поучаствовать 29 октября 2015г.: «Ты никогда не будешь готов на 100%. Но мы здесь, чтобы помочь сделать первый шаг из зоны комфорта. Тогда ты станешь примером для людей вокруг».

Список используемых источников:

1. Официальный сайт международной молодёжной некоммерческой организации AIESEC, занимающейся разработкой и организацией волонтерских и профессиональных стажировок для студентов и выпускников. - <http://aiesec.ru/>
2. Отчетная публикация о проектах филд-трип исследовательской платформы Стрелка. -<http://theoryandpractice.ru/posts/6451-obrazovanie-cherez-puteshestviya-studenty-i-prepodavateli-strelki-o-tom-chto-takoe-fild-trip>
3. Официальный сайт Молодежного форума «Профессиональный рост». - <http://www.profyrost.ru/forum/spb/>

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Студентка: Кёллерманн Ксения

Преподаватель-консультант: Хорова Лиана Леонидовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Международный союз охраны природы дает следующее определение: «экологический туризм» - это путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности».

Одним из основных факторов окружающей среды, влияющих на эмоциональное состояние человека, является **природный ландшафт**. Человек всегда стремится в лес, в горы, на берег моря, реки или озера. Здесь он чувствует прилив сил, бодрости. Созерцание красот природы стимулирует жизненный тонус и успокаивает нервную систему, положительно влияет на физическое и эмоциональное состояние человека. После пребывания в городе человек, оказавшись на лугу, в лесу, в парке, всегда чувствует

облегчение. Влияние на человека оказывают не только голубое небо, свежий воздух, но и рельеф местности, разнообразие растительности, то есть ландшафт в целом.

Природное окружение несет определенную информацию о его состоянии - через форму, цвет, звук. Информация, усваиваясь, существенно влияет на организм и поведение человека. Так, эстетически привлекательная форма природного окружения возбуждает определенное отношение к нему, сопровождающееся сильными положительными эффектами: радостью, удовольствием, любовью, наслаждением. Эти переживания включаются в жизненные процессы личности, создавая ощущение бодрости, желание и потребность действовать.

Климат – ещё один существенный фактор, оказывающий серьезное влияние на самочувствие человека, воздействуя на него через **погодные факторы**. Погодные условия включают в себя комплекс физических условий: атмосферное давление, влажность, движение воздуха, концентрацию кислорода, степень возмущения магнитного поля Земли, уровень загрязнения атмосферы. Погодные условия влияют на психическое состояние человека и особенно на психику неуравновешенных людей. Например, уже за 2-3 дня у людей, находящихся в депрессии начинается обострение. Или: те, которые в буквальном смысле засыпают на ходу в летнее время. Такие люди обычно делают практически все возможные дела в пасмурную погоду. Они в буквальном смысле полны энергии и желания работать именно в эти погодные условия.

До сих пор еще не удалось до конца установить механизмы реакций организма человека на изменение погодных условий. А она часто дает о себе знать нарушениями сердечной деятельности, нервными расстройствами, эмоциональным дискомфортом. При резкой смене погоды снижается физическая и умственная работоспособность, обостряются болезни, ухудшается настроение, увеличивается число ошибок и несчастных случаев.

Хорошо известно, что у скорой проточной воды воздух освежает и бодрит. В нем много отрицательных ионов. По этой же причине нам представляется чистым и освежающим воздух после грозы.

Исходя из вышесказанного, положительное влияние природы на состояние человека становится очевидным.

Тот факт, что наше тело и его психика включены во всеобщую связность мировых процессов и как-то удерживают в себе природу вообще как целое, предполагает существенное непосредственное влияние этого целого на нашу психику, влияние природных пульсаций и ритмов на наш организм и наши психические состояния.

Все эти влияния природы на нашу психику можно представить в виде некоторых кругов:

1. Наиболее фундаментальным кругом, описывающим такое влияние, является круг или целое вообще космической жизни. В древности в этом смысле говорили о рождении под определенной звездой, т.е. о некотором состоянии мира и космических процессов, которые оказывают первичные (а затем и последующие) влияния на нашу психику и, соответственно, на жизнь. Всеобщая жизнь природы, целостность космической жизни как-то воспроизводится в нашей психике и есть ее, по-видимому, наиболее глубокий пласт.
2. Второй, более узкий круг, вписанный в первый, составляет целое жизни Солнечной системы, в которое мы включены. Солнечная система уже более непосредственно задает условия нашей жизни, определяет ее характер и структуру. Давно замечено, что, солнечные вспышки, повышение его радиоактивности оказывают непосредственное влияние на классовые психические состояния. Такие влияния представляют собой именно общие влияния, а психику, которая это воспринимает, следует рассматривать как индивидуальную составляющую психики.
3. Третьим, еще более непосредственным, кругом влияний является жизнь Земли. По своей природе, биологии, устройству нашей психики (а затем и сознания) мы являемся детьми Земли, земных природных условий. И наше историческое бытие, история вообще имеют своим условием специфическое земное бытие, которое определяют особые природные условия нашей планеты и ее планетарная жизнь. Правда, эти наши психобиологические особенности не так просто точно описать, поскольку у нас нет критериев, нет в наличии других условий жизни, но некоторые связи все-таки очень явно бросаются в глаза.
4. Последний, самый маленький, но наиболее важный круг – природные ритмы. Мы рождаемся в определенных географических и климатических условиях, и это не просто влияет на наше состояние, а является фундаментальной установкой, определяя характер, ритм и даже дальнейшую деятельность нашей жизни.

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующие выводы:

1. Влияние климата на нашу психобиологическую организацию, несомненно.
2. Частям света, географическим условиям среды обитания соответствуют расовые биопсихические особенности, которые формируются в процессе приспособления организма к наличной среде. И поскольку здесь среда общая для всех индивидов, проживающих в данной части света, то и психобиологические особенности,

образующиеся в процессе приспособления к среде, являются общими для всех индивидов данной группы.

3. Природные условия определяют также и первичные условия производственной деятельности людей, определяют характер, способы, ритм производственной деятельности, вообще общий характер движений, психодинамику, ритм всего поведения и реагирования.

Итак, смена природных и климатических условия влияют на жизнь человека. Сахалинская область – пример удалённого региона нашей страны, пребывание в котором может кардинально изменить наше психоэмоциональное состояние.

Древняя и средневековая история Сахалина и Курильских островов полна тайн. Загадкой остается и этническая принадлежность населения островов вплоть до появления здесь первых европейцев и японцев. А они появились на островах только в XVII столетии (и застали на Курилах и южном Сахалине айнов, нивхов и ульта (ороки)). Первой европейской экспедицией, оказавшейся у курильских и сахалинских берегов, стала экспедиция голландского мореплавателя М.Г.Фриза. Особую роль в японских исследованиях сыграли Могами Токунай и Мамия Риндзо, которые доказали, что Сахалин является островом. Большинство европейских картографов скептически отнеслось к этим данным. Только в 1849 г. экспедиция под командованием Г. И. Невельского поставила окончательную точку в этом вопросе, пройдя на военно-транспортном корабле «Байкал» между Сахалином и материком. Этот пролив впоследствии был назван в честь Невельского.

Сахалинская область одна из самых восточных территорий России и единственная область, полностью расположенная на островах. Состоит из о. Сахалин и цепи Курильских островов. Входит в состав Дальневосточного федерального округа. Омывается водами Охотского, Японского морей и Тихого океана.

Климат умеренный, муссонный. Средняя температура января от -6°C до -24°C градусов, августа от $+19^{\circ}\text{C}$ до $+10^{\circ}\text{C}$ (с юга на север); количество осадков — на равнинах около 600 мм в год, в горах до 1200 мм в год.

Главная специфика природных условий Сахалинской области — высокая сейсмическая и вулканическая активность. Особенно это характерно для Курильских островов - известно около 160 вулканов, 40 из которых действующие, довольно часто случаются землетрясения.

Растительный мир островов насчитывает 1 400 видов растений и 315 видов представителей фауны. Сахалин относится к зоне хвойных лесов.

Особо охраняемые природные территории Сахалинской области занимают 10% всей площади. В настоящее время на территории области существуют: заповедников — 2, природных парков — 1, заказников — 12 (в том числе заказник федерального значения — 1) памятников природы — 57.

Остров Тюлений, расположенный к востоку от Сахалина, — уникальный заповедник, где находится крупное лежбище морских котиков, а их в мире всего три: на Сахалине, в Камчатском крае и на Аляске. Кроме котика, здесь можно увидеть каланов, несколько видов нерп и китов. В Сахалино-Курильском бассейне обитают и сивучи — самые крупные звери из ластоногих. Их называют морскими символами единственной в России области на островах.

Западно-Сахалинский шельф — это один из самых экологически чистых и наиболее мощных районов рыболовства, и любое вмешательство может привести к экологическим и экономическим катастрофам. Сахалинская область сегодня является одним из немногих крупных регионов в стране, и во всем мире, где в высокой степени сохранилась первичная природная структура ландшафтов и экосистем.

Привлекательность Сахалинской области для туристов определяется, прежде всего, тем, что природа на огромной территории сохранилась в естественном, практически неизменном человеком состоянии. Высокая степень пейзажности и эстетическая привлекательность ландшафтов, обилие интересных для познания природных объектов, а также своеобразие флоры и фауны, позволяют признать, что Сахалинская область — одна из немногих регионов планеты, наиболее перспективных для организации международных экологических туров.

В пределах Сахалинской области края важнейшими составляющими туристского каркаса являются: неповторимая красота Охотского моря, по берегам которого громоздятся причудливые замки каменистых скал; уникальные еловые ленточные боры; горячие источники, теплые озера; Восточное побережье; необыкновенный каскад водопадов, и это только небольшая часть перечисленных объектов, на основе которых возможно развитие экологического туризма.

Такая уникальность и девственная чистота природы не может не влиять на наше психоэмоциональное состояние. В подтверждение этому факту был проведён опрос на предмет: оказывает ли экотуризм положительное влияние на психоэмоциональное состояние, тем самым, повышая уровень жизни. Из 3964 участников 74,2% подтверждают этот факт.

В заключении можно сделать следующие выводы:

1. Экологический туризм положительно влияет на психоэмоциональное состояние и здоровье человека.
2. Пребывание на территории, которая по ландшафтным и климатическим условиям отличается от постоянного места жительства, может вызвать в человеке потребность действовать, тем самым совершенствуя качество своей жизни.
3. Сахалинская область является одним из перспективных регионов России для развития экологического туризма, в котором психологический аспект имеет немаловажное значение.

Список используемых источников:

1. Макарычева В.Б. , Дальний Восток. Путеводитель. М.: Вокруг света, 2006.
2. Исследование Сахалинской области. - pandia.ru
3. Экопортал.- <http://environments.land-ecology.com.ua>

Студентки: Корнеску Екатерина, Сидоряк Вита

Преподаватель-консультант: Бреслав Григорий Эммануилович

Санкт-Петербургский институт гостеприимства

ПРИЧИНЫ КОНФЛИКТОВ МЕЖДУ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМИ И СТУДЕНТАМИ

Конфликты между преподавателями и студентами вуза встречаются из-за объективных и субъективных причин. В СПИГ они отмечались относительно редко, в основном конфликтовали студенты старших курсов, а основными причинами являлись несправедливая оценка их ответов и работ и неуважительное отношение к ним преподавателя (грубость, бестактность, упреки).

Взаимодействие по линии «преподаватель – студент» является одним из основных во всем социально-педагогическом процессе. Именно здесь происходит непосредственная передача всего многообразия знаний, информации, установок, ценностных ориентаций, аккумулированных в системе высшего образования. Формы общения преподавателей и студентов во многом зависят от социокультурных и индивидуально-психологических качеств взаимодействующих субъектов, а также от установившихся в вузовском коллективе традиций, норм и правил общения [4].

Конфликт между преподавателем и студентом есть специфическая форма социального взаимодействия, это процесс разрешения противоречий, возникающих в учебно-воспитательном процессе. Такой конфликт является частным случаем

межличностного конфликта, и поэтому для него характерны свойства, присущие межличностным конфликтам [3].

Несомненно, негативное воздействие на появление конфликтов в вузовской среде оказывают падение престижа профессии преподавателя, снижение мотивации преподавательской деятельности из-за низкого уровня заработной платы. Нередки случаи, когда студенты из более благополучных социальных слоев смотрят на преподавателей как на неудачников. Студенты, особенно платных форм обучения, часто рассматривают себя в роли «заказчика» образования и с этой точки зрения оценивают предлагаемые ему образовательные услуги как «товар» [1].

Конфликты между преподавателем и студентом могут быть разделены на следующие группы [3]:

1. *Конфликты дисциплины* – нарушение студентами или преподавателями правил проведения учебного процесса.
2. *Конфликты в сфере дидактического взаимодействия* – в основном недовольство студентов выставленными оценками.
3. *Конфликты в методике обучения* – недовольство студентов непонятным или бессистемным изложением материала, усложнённым языком, сухой стиль преподнесения материала и т.п.
4. *Конфликты в процессе взаимодействия* преподавателей со студентами – особенности личности или поведения, приводящие к столкновению (неспособность к эмпатии, завышенный уровень притязаний, столкновение значимых материальных и духовных интересов преподавателей и студентов и т.п.).

Можно выделить следующие объективные и субъективные причины возникновения педагогических конфликтов. [5]

Объективные причины:

1. Недостаточная степень удовлетворения базисных потребностей студента.
2. Противопоставление функционально-ролевых позиций преподавателя и студента.
3. Ограничение степеней свободы (требования жесткой дисциплины, отсутствие возможности выбора преподавателя или предмета, обязательность посещения занятий и т.д.).
4. Различия в представлениях, ценностях, жизненном опыте, принадлежности к разным поколениям (проблема "отцов и детей").
5. Необходимость оценивания учащихся преподавателем.

6. Множественность ролей, которые вынужден играть студент в силу предъявляемых к нему разных, порой противоположных требований в учебном учреждении, родителями, товарищами, какими-либо другими значимыми людьми.
7. Различие между учебным материалом и явлениями, объектами реальной жизни.
8. Социальная нестабильность.

Субъективные причины:

1. Психологическая несовместимость студента и преподавателя.
2. Нарушение норм поведения в совместной деятельности. Например, для преподавателя это может быть некорректное поведение, для студентов – нарушение дисциплины на занятиях, списывание, подделка подписей и т.п.
3. Отсутствие коммуникативной культуры у участников образовательного процесса.
4. Несоответствие интеллектуальных, физических возможностей данного студента и предъявляемых к нему требований.
5. Недостаточная компетентность преподавателя (отсутствие опыта, глубоких знаний по предмету, готовности к разрешению конфликтов и пр.).
6. Наличие у студента или преподавателя серьезных личных проблем, сильного нервного напряжения, стресса.
7. Чрезмерная загруженность участников образовательного процесса.
8. Несоответствие самооценки студента и оценки, данной ему преподавателем.

Для выявления частоты конфликтов между студентами и преподавателями Санкт-Петербургского института гостеприимства и уточнения их причин и особенностей, в рамках НИР по изучению удовлетворенности студентов организацией образовательного процесса в 2012-2014гг. в анкету был внесен ряд вопросов о возможных конфликтах. Некоторые из них были взяты из известного опросника Р.В.Куприянова [3]. Всего было проанализировано 186 анкет, на которые ответили студенты всех курсов всех форм обучения. В целом студенты оказались довольны квалификацией преподавателей – 172 человека (93,5%), и качеством преподавания – 159 человек (85,5%), разница оценок на разных курсах колебалась в пределах 5,1%. Стиль поведения преподавателей в целом также вполне устраивал студентов – только 29 человек (15,6%) отмечали излишне жесткий, недоброжелательный и раздражающий стиль поведения отдельных педагогов.

Как показал последующий анализ, конфликты между преподавателями и студентами отмечались последними нечасто – об этом указали только 26 респондентов (14,0%). Чаше о конфликтах упоминали студенты старших курсов (19 человек), причем преобладали, как ни странно, девушки (16:10). Это расходится с литературными данными, говорящими о более частой конфликтности преподавателей с юношами-

младшекурсниками [2]. Следует отметить, что старшекурсники были не только старше по возрасту, но и вообще более зрелыми и самостоятельными людьми. Практически все они работали и самостоятельно оплачивали свое обучение.

Основные ситуации, вызывающие конфликты с преподавателями, по мнению студентов, были следующими:

- грубость по отношению к студентам (особенно опоздавшим на занятия);
- опоздания отдельных преподавателей к началу занятий;
- разговоры преподавателя по сотовому телефону во время учебного процесса;
- зачитывание материала по учебникам;
- неэмоциональная манера подачи знаний.

Причины конфликтов (по мнению студентов) показаны ниже в табл.1.

Таблица 1.

Причины конфликтов преподавателей и студентов по данным анкетирования

№ №	Поведение преподавателя, как причина конфликтов ¹	Пол студента				ВСЕГО	
		Мужской		Женский		абс.	%
		абс.	%	абс.	%		
1.	Несправедливая оценка ответов и работ	5	50,0	5	31,3	10	38,4
2.	Неуважительное отношение, грубость, бестактность	3	30,0	6	37,5	9	34,6
3.	Раздражительный, излишне эмоциональный характер преподавателя	2	20,0	6	37,5	8	30,8
4.	Подозрительное, недоверчивое и даже агрессивное поведение	3	30,0	5	31,3	8	30,8
5.	Непонятное изложение материала	4	40,0	4	25,0	8	30,8
6.	Завышенные требования, особенно на зачете или экзамене	4	40,0	4	25,0	8	30,8
7.	Излишнее морализирование и навязывание своих морально-этических норм	2	20,0	6	37,5	8	30,8
8.	Необоснованные обвинения и упреки	1	10,0	6	37,5	7	26,9
9.	Проявление нетерпимости к другому мнению	3	30,0	4	25,0	7	26,9
10.	Подача устаревшего материала, чтение по книге или конспекту	3	30,0	3	18,8	6	23,1

Как видно из табл.1, больше всего конфликты с преподавателями возникают, по мнению студентов, из-за несправедливой оценки их ответов и работ и неуважительного

¹ Сумма процентов ответов больше 100, т.к. респондентам разрешалось отмечать сразу несколько причин конфликтов.

отношения. Меньше всего студентов беспокоит, когда преподаватель дает устаревший материал или не очень хорошо готов к занятию.

В целом все причины конфликтов можно разделить на две группы:

1. Конфликты, вызванные эмоциональным поведением преподавателя (грубость, бестактность, морализирование, обвинения и упреки и т.п.).
2. Конфликты, вызванные недовольством профессиональным поведением преподавателя (несправедливая оценка, некачественная подача материала, завышенные требования и т.п.).

При этом значимость этих причин у студентов и студенток различна: девушки чаще конфликтуют с преподавателями, когда им не нравится его эмоциональное поведение (бестактность, грубость, упреки, морализирование и пр.). Юноши больше реагируют на недостатки профессионального поведения преподавателя (несправедливая оценка, завышенные требования, подача устаревшего материала и пр.).

Выводы:

1. Большая часть студентов СПИГ считает преподавателей вуза высококвалифицированными специалистами, они довольны качеством преподавания.
2. Только 14% студентов при анкетировании отметили наличие конфликтов с преподавателями, причем в основном это были старшекурсники.
3. По мнению студентов, конфликты вызывались в основном либо неправильным с их точки зрения эмоциональным поведением преподавателя либо недовольством его профессиональным поведением, причем девушки чаще указывали на первый тип причин, юноши – на второй.

Рекомендации:

1. Четкое объяснение студентам критериев оценки, введение более объективных методов оценивания знаний, например, тестирования.
2. Подготовка администрацией вуза специальных нормативных документов, регламентирующих действия преподавателей и студентов в случаях возникновения конфликтов.
3. Повышение коммуникативной компетентности и преподавателей, и студентов путем организации специальных коммуникативных тренингов.
4. Создание преподавателем атмосферы доверия – терпимость, честность в отношениях, уважение к личности студента.

Список используемых источников:

1. *Игнатова Е.С.* Профессиональная деятельность педагога-психолога в учебной среде вуза // European Social Science Journal. 2012. № 12. С. 117–127.
2. *Кибанов А.Я., Ворожейкин И.Е. и др.* Конфликтология. М. 2010. – 220 с.
3. *Куприянов Р.В.* Межличностный конфликт в диаде преподаватель – студент. Казань 2011.
4. *Ратников В.П.* Конфликтология. М.2012.
5. Причины возникновения конфликтов в системе высшего образования
<http://www.rudn.ru/fpkp/programs/Lect10.htm>.

**СИСТЕМА NORECA И ЕЁ ВОЗМОЖНОСТИ
(НА ПРИМЕРЕ ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)**

Студентка: Мельникова Анастасия

Преподаватель-консультант: Новикова Анастасия Владимировна

СПб ГБПОУ «Колледж Пищевых технологий»

HoReCa (Хорека) — термин, обозначающий сферу индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства). Название «HoReCa» (акроним) происходит от первых двух букв в словах Hotel, Restaurant, Cafe/Catering (отель — ресторан — кафе/кейтеринг). Термин «HoReCa» активно используется рестораторами, отельерами, шеф-поварами, компаниями-поставщиками и производителями оборудования, продуктов питания и услуг для отелей/гостиниц, ресторанов, баров и кафе, а также другими участниками гостиничного и ресторанного бизнеса для определения их принадлежности к рынку индустрии гостеприимства.

Изначально HoReCa представляла собой специальные отделы сбыта, сформированные в алкогольных компаниях, имеющих в ассортименте выпускаемой продукции эксклюзивные и дорогие алкогольные напитки. В настоящее время целевой маркетинг HoReCa охватывает не только различные напитки, пивные и сигаретные марки, но и продукты питания для ресторанов и кафе, оборудование для предприятий общественного питания, различные принадлежности для гостиничного и ресторанного бизнеса и т.д. HoReCa – уникальная площадка для позиционирования брендов и формирования лояльности к ним со стороны потребителя. Возможности данного ресурса постоянно обновляются и их исследование априори связаны с новизной и актуальностью для сферы сервиса.

В результате исследования мы установили, что целевая аудитория системы HoReCa достаточно разнообразна:

- владельцы бизнеса (гостиницы, рестораны, кейтеринг),
- топ-менеджмент (руководители, управляющие),
- средний менеджмент (администраторы, начальники),
- профи (шеф-повара, кондитеры, бармены, сомелье),
- линейный персонал (повара, официанты, горничные),
- поставщики (оборудование, продукты питания, напитки, услуги),
- производители (продукция для индустрии гостеприимства),
- недвижимость (бизнес в сфере HoReCa),
- эксперты (обзоры, аналитика),
- СМИ (журналы, порталы),
- учащиеся (в сегменте HoReCa).

Портал предлагает актуальные новости российского и зарубежного рынка индустрии гостеприимства, новости заведений общественного питания, гостиничного комплекса и новинки поставщиков товаров и услуг. В проекте представлены каталоги заведений и операторов рынка HoReCa (на данный момент их в Санкт-Петербурге более 400), имеется возможность в рамках форума обсудить актуальные профессиональные темы и обменяться опытом.

Целевая аудитория интернет-портала HoReCa.ru:

- владельцы бизнеса (гостиницы, рестораны, кейтеринг);
- топ-менеджмент (руководители, управляющие);
- средний менеджмент (администраторы, начальники);
- профи (шеф-повара, кондитеры, бармены, сомелье);
- линейный персонал (повара, официанты, горничные);
- поставщики (оборудование, продукты питания, напитки, услуги);
- производители (продукция для Индустрии гостеприимства);
- недвижимость (бизнес в сфере HoReCa);
- эксперты (обзоры, аналитика);
- СМИ (журналы, ИД, порталы);
- учащиеся (в сегменте HoReCa).



По состоянию на ноябрь 2015 г. в каталоге портала непосредственно Санкт-Петербурга представлено 458 заведений сферы сервиса. Данные заведения разнообразны и по функционалу, и по своей направленности. Среди них такие известные заведения как ресторан Джейми Оливера («Джейми Итальян»), «Мама Рома», «1001 ночь», «Достоевский», «Севастополь», «АбрикосФФ» и многие другие. Из нововведений портала стоит отметить специальный раздел, посвященный серии обзоров новых товаров, связанный со сферой сервиса – от оборудования и технологий до продуктов питания и сервисных решений.

В целом, стоит отметить, что данный проект востребован, динамично развивается и пользуется популярностью в сфере сервисной экономики Санкт-Петербурга.

Список используемых источников:

1. Информационный сайт по ресторанному и гостиничному делу. - horeca.ru
2. Материалы Википедии. - ru.wikipedia.org/wiki/NoReCa
3. Официальный сайт поисковой системы вакансий «Trud.com». - sankt-peterburg.trud.com
4. Официальный сайт поисковой системы вакансий «JobHoreca». - spb.jobhoreca.ru

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КАК ИННОВАЦИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

Студентка: Ответчикова Екатерина

Преподаватель–консультант: Смирнова Ирина Владимировна

Колледж Туризма Санкт-Петербурга

Вопрос импортозамещения встал в России в связи с введением антироссийских и российских экономических санкций. Санкции представляют собой изменение внешней среды, а такие изменения влекут за собой не только трудности, но и возможности. Импортозамещение – это и есть своего рода особые стратегически важные возможности.

Вопросы импортозамещения всегда были актуальны в нашей стране, но в связи с политической обстановкой стали наиболее острыми и резко обратили на себя внимание Правительства РФ, которое в свою очередь стало создавать наиболее благоприятные условия для данного вида деятельности, создав Правительственную комиссию по импортозамещению.

Многие отрасли РФ имеют сильную зависимость от иностранных поставок оборудования и различных технологий. Сейчас же Правительство РФ взяло курс на сокращение данной зависимости, поставив цель – к 2020г. снизить зависимость от импорта в 1,5 раза. В промышленности наиболее перспективными с точки зрения импортозамещения считаются такие отрасли как, тяжелое машиностроение (доля импорта на данный момент – 60-80%), легкая промышленность (70-90%), электронная промышленность (80-90%), фармацевтическая промышленность (70-80%). При достижении поставленной к 2020г. цели импортозависимость этих отраслей может снизиться до 50-60%. Помимо развития уже имеющихся отраслей, планируется освоение новых.

Не смотря на то, что импортозамещение стало «шоковым» для всех, задача импортозамещения, как развития внутреннего производства в качестве основного направления для поддержания устойчивого экономического роста была выдвинута еще в 2008 году, именно тогда уже были сделаны первые шаги к развитию отечественного производства.

Так же основными целями, помимо перечисленных ранее, можно назвать:

1. Обеспечение технологической безопасности государства.
2. Переход от экспортно-сырьевой модели экономики к модели преимущественно самодостаточной.

До введения санкций на процесс импортозамещения можно было смотреть с двух сторон:

1. Процесс нежелателен из-за замены качественных импортных продуктов продуктами отечественных производителей ненадлежащего качества. Такая ситуация часто возникает на нашем рынке, именно из-за того, что производство товаров не налажено, а рынок слишком зависим от импорта.

2. Процесс желателен, когда импортные товары вытесняют не менее качественную отечественную продукцию.

Сейчас же стоит найти пути решения производства продукции отечественными производителями надлежащего качества, когда предложение достойно спроса.

Одним из пунктов развития политики импортозамещения является создание в Санкт-Петербурге «Центра импортозамещения и локализации».

Центр импортозамещения и локализации - представляет собой конгрессно-выставочную площадку, обеспечивающую условия поиска спроса и предложения промышленной продукции и услуг. Это первая и единственная на данный момент площадка такого рода в России.

Необходимость создания этого центра как раз и вызвана зависимостью отраслей РФ от импорта.

Основной целью данного Центра является способствование снижению доли импорта оборудования, компонентов и технологий в промышленных отраслях.

Среди задач Центра можно выделить следующие:

- Содействие развитию предприятий Санкт-Петербурга и Северо-Западного Федерального Округа;

- Развитие межрегиональных связей российских производителей;
- Увеличение доли отечественного производства в различных сферах.

Ожидаемые результаты работы центра:

- Увеличение объемов импортозамещения;
- Увеличение количества промышленных производств, локализованных в Санкт-Петербурге;

- Повышение потенциала технологических компетенций организаций Санкт-Петербурга;

Что же мешает развитию стратегии импортозамещения?

Основной сложностью называется недостаток ресурсов для инвестиций. Так же среди основных проблем называют:

- отсутствие масштабной целевой господдержки;
- отсутствие достаточного опыта для успешной внешнеэкономической деятельности у большинства предприятий;
- слабое стимулирование предприятий;
- подорожавший импорт не имеет своих российских аналогов;
- трудности с кредитованием производства.

Так же определенной сложностью могут выступать и сами потребители, привыкшие к качественному, и часто не особо дорогому, импорту; поэтому к товарам, производимым в нашей стране, многие относятся с неодобрением. Даже сейчас, когда на полках магазинов появилось множество товаров отечественного производства, люди все равно ищут полюбившиеся им импортные товары и пока не готовы заменить их на другие.

18 ноября 2015 года были подведены первые итоги импортозамещения. Денис Мантуров - Глава министерства промышленности и торговли в своём докладе отметил, что импорт в промышленности за первые 10 месяцев 2015 года вырос на 40%, а экспорт на 5,6.

«Импортозамещение - это не мода, а долгосрочный и осознанный тренд промышленной политики, нацеленный на развитие собственной конкурентоспособной промышленности. Это наша с вами основная задача на много лет вперёд», - заявил во время своего выступления Денис Мантуров.

Производство продовольственной продукции, к сожалению, отстает в росте, увеличившись лишь по нескольким категориям и смогло, заменить импортную продукцию частично. Рассмотрим несколько отраслей:

- Мясная отрасль – проявляется положительная динамика, рост происходит в основной за счет свиноводства и птицеводства;
- Рыбная отрасль - производства свежей рыбы сократилось, в то время как мороженой возросло;
- Молочная отрасль – наибольший рост достигнут в производстве сыров и творога. В целом отечественным производителям пока не удалось полностью компенсировать запрещенный импорт.

Не смотря на наличие первых итогов политики импортозамещения, прогнозировать итог в целом еще рано, Россия находится еще только в начале этого длинного пути, но уже можно заявить, что к поставленным к 2020г. целям движется крупными шагами.

Стоит так же заметить, что выводы по первым итогам в разных источниках подводятся совершенно разные: кто-то указывает лишь на положительную динамику; другие приводят в первую очередь не просто стагнацию промышленности, а даже рецессию в отдельных отраслях, показывая, что итоги отраслей с положительной динамикой меркнут на фоне тех, кто не достиг успеха в импортозамещении.

Проведя исследования можно сделать следующие выводы:

1. Государство активно решает проблему импортозамещения.

2. Политика импортозамещения имеет положительный характер, давая хорошую возможность и предоставляя условия для развития отечественной промышленности.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Центра импортозамещения и локализации. - importnet.ru
2. *Ефимов Д.*, Импортозамещение – вполне реальная перспектива. - http://www.aif.ru/society/healthcare/dmitriy_efimov_importozameshchenie_vpolne_realnaya_perspektiva
3. *Куркин К.*, Центр общения для замещения. - <http://expert.ru/northwest/2015/38/tsentr-obshcheniya-dlya-zamesheniya/>
4. *Цухло С.*, Теперь без эмоций: что мешает импортозамещению в России. - <http://www.rbc.ru/opinions/economics/28/10/2015/>

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЕТИЧЕСКОМ ПИТАНИИ КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННО-ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Студентка: Поруна Евгения

Преподаватель-консультант: Тябина Надежда Дмитриевна

ГБПОУ «Санкт-Петербургский технический колледж»

Проблемой, рассматриваемой в данной статье, является внедрение инновационных технологий в питание в качестве перспективы развития ресторанного комплекса при гостинице.

Целью данной статьи является исследование мировых инновационных тенденций в диетическом питании, таких например как молекулярная кухня в ресторанных комплексах при современной гостинице.

Научная гипотеза исследования состоит в том, что активное внедрение различных инновационных систем питания в ресторанно-гостиничный комплекс является залогом его выживания на рынке и перспективным направлением для развития всей индустрии гостеприимства в России.

Актуальность темы обусловлена тем, что появление различных систем диетического питания, в том числе инновационных, не только повышает конкурентоспособность ресторанно-гостиничного комплекса, но и позволяет его посетителям сохранять здоровье и работоспособность.

Методами и путями исследования послужили анализ информационных ресурсов интернета на тему исследования и социологический опрос гостей нашего города.

Опрос был проведен в центре города на Невском проспекте силами наших студентов.

По результатам краткого анкетирования было выявлено, что около 10% гостей нашего города интересуются вопросами именно молекулярной кухни.

Молекулярная кухня — раздел трофологии, связанный с изучением физико - химических процессов, которые происходят при приготовлении пищи.

В рамках новой междисциплинарной науки трофологии сформулированы основные постулаты теории адекватного питания, в которую классическая теория сбалансированного питания входит как важная составная часть.

В молекулярной кухне существует еще одно выражение, такое как молекулярная диета. Основная масса молекулярных блюд относится к диетическим. Так что готовится это все из натуральных и полезных продуктов.

Термин «молекулярная гастрономия» был введен в употребление в 1992 году физиком Николасом Курти из Оксфордского университета и французским химиком Эрве Тисом.

Первому из них приписывают изречение: «Беда нашей цивилизации в том, что мы в состоянии измерить температуру атмосферы Венеры, но не представляем, что творится внутри суфле на нашем столе».

Среди шеф-поваров, которые отстаивают научный подход к приготовлению блюд, — Ферран Адриа, Хуан-Мари Арзак, Хестон Блюменталь, Ален Дюкасс, а также наши соотечественники - Дмитрий Шуршаков, Анатолий Комм, Андрей Клюс.

Некоторые из них предпочитают пользоваться терминами «экспериментальная кухня» и «кулинарная физика».

Все повара, работающие в технике молекулярной кухни пытаются раскрыть способ, потенциал обычных продуктов, знакомых, но неизведанных полностью. Несмотря на ежегодные победы в конкурсах на звание лучшего ресторана, заведения с молекулярной кухней всё ещё мало знакомы в нашей стране. Дмитрий Шуршаков, Андрей Клюс, и легендарный Анатолий Комм предпочитают открывать рестораны в Москве и пропагандировать блюда молекулярной кухни по всему миру, а вот Ален Дюкасс в апреле 2011 года открыл своё первое заведение в России — это петербургский ресторан miX in St. Petersburg, расположенный в отеле W Hotel St.Petersburg рядом с Исаакиевским собором. Ресторан «Maria Karlotta / Мария Карлотта» в пятизвездочном отеле «Дворец

Трезини» предлагает гостям авторскую молекулярную кухню со средним чеком от 1000 до 2000 рублей.

Можно сказать, что молекулярная кухня – это обман органов чувств: вам принесут еду, а её запах будет подаваться отдельно. Просто необычный внешний вид, необычный вкус и аромат. Подача самого блюда обычно бывает феерической.

А достигается этот эффект применением специальной техники, различных приспособлений и уникальной технологии приготовления пищи.

При приготовлении пищи сторонники «молекулярной кухни» учитывают физико-химические механизмы, ответственные за преобразование ингредиентов во время кулинарной обработки пищи. В частности, один из постулатов состоит в том, что для достижения желаемой степени готовности продукта температура тепловой обработки важнее длительности приготовления.

Большинству знакомы приемы из этой кухни – применение сухого льда, жидкий азот, сферификация. За непонятными, на первый взгляд, словами стоят знакомые блюда – икра и десерты. Вот несколько любопытных фактов о молекулярной кухне:

1) Пенные блюда «эспумы» – авангард в меню молекулярных ресторанов, они прекрасно иллюстрируют их взгляды на создание блюд. Полученная необычным способом ароматная, обезжиренная субстанция – это вкус в чистом виде. Молекулярную пену можно получить из любого продукта на свой вкус.

2) Центрифуга отделяет сыпучие вещества от жидкостей с помощью центробежной силы. Данный способ разделения составляющих продукта/вещества применяют в химлабораториях, стиральных и сушильных машинах, в сельском хозяйстве и в современной молекулярной кухне.

3) Жидкий азот в современной молекулярной кухне применяют для мгновенной заморозки субстанций. Благодаря свойству моментально и бесследно испаряться его можно использовать для приготовления блюд. Особенно эффектно для блюд, готовящихся непосредственно в тарелке гостей на глазах изумлённой публики.

4) Трансглютаминаза – фермент, который «склеивает» мускульные ткани продукта (мяса или рыбы), объединяя в однородную массу куски протеина. Применяя трансглютаминазы, в пищевой промышленности изготавливают искусственные креветки и крабовые палочки, японскую гречневую лапшу «собу», эти же ферменты способствуют свертыванию крови. Это фермент, не участвующий в самом процессе готовки, трансглютаминазу получают при помощи ферментации живых клеток, естественным путём.

5) Сухой лед — это замороженный углекислый газ, при нагреве превращается снова в обычный газ. Ускоряет заморозку, создавая шелковистую текстуру продукта безо льда, что сказывается на его вкусе.

Всё меняется. Меняются государства, их политика и устройство. Меняется образ жизни, и появляются инновационные системы питания человечества.

В заключение хочется сказать в качестве вывода: применение инновационных систем диетического питания, таких как молекулярная кухня, а также отдельных меню, разработанных специально для отечественных предприятий питания нашего региона, позволит привлечь новых и удержать старых клиентов гостиничного комплекса.

Список используемых источников:

1. Сайт о творчестве и вдохновении: «Молекулярная кухня». - http://svistanet.com/eda_i_kulinariya/molekulyarnaya-kuxnya.html
2. Сайт о здоровом питании и различных видах диет. - <http://moyadiyeta.ru/node/32>
3. Аглютенная диета. - <http://onadiet.ru/aglyutenovaya-dieta-principy-zdorovogo-pitaniya>
4. Молекулярная кухня. Википедия. - https://ru.wikipedia.org/wiki/Молекулярная_кухня
5. Рецепты молекулярной кухни. - www.sodasifon.ru
6. Молекулярная кухня, молекулярные рецепты. - chefs-academy.com/recipes
7. Техники молекулярной кухни - кулинарная статья. - www.povarenok.ru

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Студент: Солдатова Марина

Преподаватель-консультант: Сушкевич Вера Павловна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

«Необходимо внедрять принципиально новые природоподобные технологии, которые не наносят урон окружающему миру, а существуют с ним в гармонии и позволят восстановить нарушенный человеком баланс между биосферой и техносферой...».

(Из выступления президента РФ В.В.Путина на 70-й сессии Генассамблеи ООН)

В связи с постоянно растущим во всем мире спросом на эко продукты и обеспокоенностью состоянием окружающей среды перед менеджментом гостиницы возникает вопрос о внедрении политики экологического менеджмента в процесс производства и оказания услуг. Все это используется в качестве нового конкурентного

преимущества, становится более популярным и приносит свои плоды в виде постоянного потока гостей.

В последнее время люди современного мира все больше заботятся об экологии окружающей среды. Этот вопрос становится с каждым годом все более актуальным и для гостиничного бизнеса. Международная природоохранная организация «Green Seal» провела исследование, в результате которого выяснилось, что один отель на 150 номеров потребляет за неделю работы такое количество энергии, как 100 частных домов с проживающими в них 4 людьми за целый год, а отходов создает еще больше.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью соответствия гостиничных предприятий экологическим стандартам и сокращением отрицательного влияния этих предприятий на окружающую среду.

Направлений «озеленения» отелей очень много. Важно разумно использовать воду, регулировать процессы нагрева-охлаждения в помещениях, снижать потребление пластиковых пакетов. Экологические инициативы приносят прибыль через улучшение имиджа гостиницы. Отели заказывают создание и продвижение сайта в Интернете, а на своем сайте формируют раздел для экологически требовательных гостей, со своими достижениями в области заботы об окружающей среде и о здоровье человека. Гостиничный бизнес вынужден становиться экологичнее как в стремлении снизить затраты, так и для привлечения гостей, ведь люди становятся все более внимательными к вопросам экологии.

Позиционирование отеля как экологически сознательного требует от службы маркетинга разработки и продвижения особенностей работы предприятия.

Необходимо показать, как именно отель помогает природе, как смягчает ущерб, который наносится его же посетителями и его же деятельностью. Например, некоторые зеленые фишки могут даже причинять неудобства гостям (ограничение использования горячей воды, редкая смена белья и так далее), тем не менее, они с пониманием воспринимаются гостями. Многие гостиницы и рестораны «зеленеют» за счет оптимизации поставок, проектов, связанных с сортировкой мусора, выработкой собственной энергии и так далее.

Наиболее перспективные программы в этом направлении – экологические программы «Зеленый ключ» и «Листок жизни».

Программа «Зеленый ключ – это программа добровольной международной экологической сертификации учреждений гостиничного бизнеса, принятая в качестве одной из программ международной Федерации по экологическому образованию (Foundation for Environmental Education - FEE) в 2003 г. Она нацелена на уменьшение

воздействия на окружающую среду, содействие реализации устойчивого управления гостиничным бизнесом, а также на повышение экологической информированности.

Прежде чем получить заветный знак эко-качества, гостиница должна обеспечить экономичное энерго- и водопотребление, использование экологически безопасных средств для мытья и уборки номеров, внедрить систему селективного сбора некоторых видов отходов, обеспечив их дальнейшую переработку, а также многое другое, требующее определенных усилий и инвестиций. Например, для выполнения критериев по ограничению потока воды из душа (не более 9 литров в минуту) и из крана (не более 8 литров в мин.) многим гостиницам приходится закупать и устанавливать специальные ограничители для потока воды.

В России программа «Зеленый ключ» стартовала летом 2010 года при поддержке организации «Санкт-Петербург за экологию Балтики». Первой российской гостиницей, получившей эко-сертификат, стала гостиница Cronwell Inn Стремянная – она получила «Зеленый ключ» в августе 2010 года.

Экономия ресурсов и оптимизация расходов, особенно в стагнационный для отельной индустрии период, превращаются в инструменты конкурентной борьбы. Иностранные, а сейчас уже и российские, клиенты при выборе отеля в качестве одного из обязательных параметров рассматривают наличие экологической сертификации. Объекты гостеприимства, которые поддерживают «зеленое» движение, остаются в приоритете.

Среди инновационных решений, применяемых в гостинице, отмечаются такие как: оснащение водных кранов регуляторами (снижение потребления воды на 17% за месяц); использование экологических средств для уборки помещений (за счет снижения в средствах химической составляющей уборка одного номера обходится в 2 рубля 60 копеек в день, вместо 25 рублей на аналогичных объектах гостеприимства); использование одноразовых упаковок из картона; косметических средств с дозаторами (по сравнению с одноразовой упаковкой - 1 мл средства, с дозатором получается дешевле на 57%); распространение в номерах информационных материалов (снижение на 10% объема стирки махровых изделий); отсутствие номеров для курящих и пр.

По мнению экспертов, следование эко-девелопменту позволяет не только снизить внутренние затраты, но и значительно повысить имидж организации, тем самым привлекая новых клиентов и увеличивая степень лояльности имеющихся.

Так, гостиница Cronwell Inn Стремянная в Санкт-Петербурге через несколько месяцев после награждения сертификатом «Зеленый ключ» стала получать множество положительных отзывов, в первую очередь, от иностранных гостей, для которых следование экологическим стандартам давно уже является необходимым условием при

выборе места отдыха. Кстати, отели Галереи Cronwell Hotels & Resorts стали первыми «зелеными» гостиницами не только в Санкт-Петербурге, но и в Калининградской области (Cronwell Resort Falke), а также в Сибири и на Дальнем Востоке (Cronwell Resort Югорская Долина). В планах компании постепенно подключить все отели Галереи к эко-движению. Те отели, которым еще не удалось подтвердить эффективность природоохранных программ, продолжают вести активную деятельность на пути развития системы экологического менеджмента. Например, Репино Cronwell Park Отель регулярно проводит акцию: уборку побережья Финского залива и привлечение внимания к острым проблемам окружающей среды.

В России пока нет таких абсолютно «зеленых» гостиниц, но начало, безусловно, положено. Примеры отелей сети Rezidor и Галереи Cronwell Hotels & Resorts должны показать российским отельерам, что поддерживать экологию не только престижно, но и выгодно.

Программа «Листок жизни» (Vitality Leaf) — первая и единственная в России система добровольной экологической сертификации продукции, работ и услуг международного уровня.

Программа основана в 2001 году. Разработчик и оператор программы – одна из ведущих некоммерческих организаций России – Экологический союз Санкт-Петербурга.

Миссия экомаркировки «Листок жизни» — содействовать развитию зеленой экономики, чтобы обеспечить высокое качество жизни людей и сохранить для будущих поколений здоровую окружающую среду.

21 мая 2012 г. в Санкт-Петербурге появился первый сертифицированный эко-отель, получивший экомаркировку «Листок жизни» - отель «Коринтия Невский Палас».

В гостинице действуют «зеленые» программы по замене белья и полотенец, гостям предлагаются гигиенические ванны принадлежности в упаковке из биоразлагаемого пластика, в фитнес-центре предлагаются картонные стаканы вместо пластиковых, рестораны и кафе имеют некурящие зоны, более половины номеров также для некурящих постояльцев.

Помимо этого, любой из номеров может быть оборудован для людей, страдающих аллергией, а также имеется два номера для инвалидов-колясочников.

Преимущества эко-гостиницы с экомаркировкой «Листок жизни»:

- «зеленый имидж» гостиницы;
- публикации в «зеленом» информационном пространстве;
- демонстрация своей социальной ответственности перед обществом, проявление заботы об окружающей среде, сотрудниках и гостях;

- сокращение расходов за счет уменьшения потребления энергии и воды, количества используемых химических средств и несортированных отходов (грамотное обращение с отходами дает экономию около 100 000 руб. за квартал);
- совершенствование экологических аспектов гостиницы.

Таким образом, можно говорить об успешном развитии системы экологических проектов в сфере гостеприимства и ресторанного бизнеса в нашей стране, которые совмещают с одной стороны, заботу об окружающей среде и здоровье гостей-потребителей услуг, а с другой – с собственными бизнес-интересами.

Список используемых источников:

1. ISO14000 Официальные документы.-
<http://www.iso.staratel.com/ISO14000/Doc/index.html>
2. Программа «Зеленый ключ». - <http://www.green-key.org/>
3. *Балашова Е.*, Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. – М., 2012.
4. *Бобылев С.И.*, Экономика сохранения биоразнообразия (Повышение ценности природы). - М: Наука, 2009.
5. «Экология должна быть экономной», журнал «Отель» № 7, 2012.

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ И УРОВНЕМ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ

Студент: Софенко Сергей

Преподаватель-консультант: Липнина Ирина Алексеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Все больше предпринимателей обращают внимание на ресторанный бизнес, как на сферу инвестиций. В самом деле - эта сфера требует относительно небольших первоначальных финансовых вложений, и бизнес кажется обманчиво понятным. Тем не менее, как и в любом другом бизнесе, в ресторанной сфере есть свои тонкости и специфика, которые необходимо знать, чтобы иметь успешное предприятие общественного питания.

Сегодня конкуренция на рынке общественного питания в России приобрела такую остроту, что уже недостаточно просто «быть», надо быть лучшим или, по крайней мере «на уровне» в своем сегменте. Понятие «лучший» включает в себя множество составляющих, реализация и соблюдение которых для большинства предприятий общественного питания сопряжена с определенными трудностями. Главная тема сегодня -

борьба за качество обслуживания. Катастрофически остро уже несколько лет стоит проблема подбора, развития и удержания персонала.

В моем исследовании я хотел бы остановиться на качестве обслуживания в организациях общественного питания, рассмотреть его составляющие и их влияние на имидж предприятий общественного питания. Только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех составляющих ресторанного бизнеса, гарантирован успех в развитии деятельности ресторана. Рестораны играют довольно важную роль в жизни человека. Кроме удовлетворения физиологических нужд в питании, «выход» в ресторан несет важную социальную функцию. Человеку нужно не только поесть, но и пообщаться. Рестораны - это одни из немногих мест, где работают все органы чувств, которые генерируют общее чувство удовлетворения. Вкус, зрение, обоняние, тактильные ощущения объединяются в оценке кушаний, обслуживания и атмосферы ресторана. Эффективная работа ресторана зависит от нескольких факторов. Как и любая сложная система, ресторан начинается с замысла его основателей и заканчивается контролем функционирования учреждения.

Обслуживание — одна из самых важных составных частей успешной работы ресторана, и даже прекрасно приготовленная еда не может компенсировать отсутствие в ресторане отличного сервиса. Правильное обслуживание каждого гостя зависит от выполнения своих обязанностей всеми сотрудниками в течение дня. И независимо от того, насколько устал или утомлен сотрудник, он должен всегда оставаться приветливым и внимательным. Правила обслуживания наполнены большим смыслом и не усложняют, а значительно облегчают работу персонала и, кроме того, могут эффективно защищать от придирчивого менеджера или недовольного гостя. Все вышесказанное подчеркивает актуальность темы данной работы. Объект исследования работы - ресторан «ЗОЛОТОЕ РУНО», предмет исследования – деятельность ресторана.

Категория первая: администрация ресторана. Это управляющий рестораном, бухгалтерия, кадровая, маркетинговая, рекламная службы, служба персонала, служба логистики и т.д. Т.е., это люди, которые обеспечивают финансово-административное управление рестораном. Категория вторая: специалисты кухни. Шеф-повар, повара, кондитеры. Т.е., это люди, обеспечивающие ассортимент и качество блюд в ресторане. Категория третья: обслуживающий персонал в зале - официанты и менеджеры зала. Т.е. это люди, обеспечивающие непосредственный контакт с посетителями ресторана. Категория четвертая: это подсобные службы - уборка, доставка продуктов, мытье посуды и подсобные работы на кухне. Т.е. это люди, обеспечивающие необходимые условия для работы всех других категорий.

Выделены все необходимые производственные цеха, которые оснащены современным технологическим оборудованием, отдельно выложен из кирпича мангал для приготовления блюд на открытом огне, который является гордостью данной кухни. В ресторане представлены блюда европейской, азербайджанской и японской кухни.

Из комплексного анализа деятельности ресторана, я выявил, что данный ресторан является, по отзывам посетителей не очень хорошим. Однако, для повышения эффективности деятельности, у данного ресторана имеются свои резервы, использовать которые можно, реализовав определенные мероприятия.

Для совершенствования ассортиментной политики предлагается расширить ассортимент блюдами украинской кухни, тем более она очень близка к русской. Для повышения эффективности работы ресторана практическое значение имеет использование конкретных приемов, ориентированных на привлечение клиентов в ресторан. Для привлечения посетителей предлагается провести мероприятие по внедрению системы скидок и бонусов на услуги ресторана и бара, Система скидок и бонусов предполагает определенные преимущества постоянным покупателям и клиентам, а также увеличивает количество проданных товаров или услуг, а также создание собственного сайта.

Рассмотрев различные стратегии, можно сделать следующий вывод, что для успешной работы ресторана «ЗОЛОТОЕ РУНО» необходимо внедрять следующие мероприятия:

Для привлечения посетителей предлагается провести мероприятия по внедрению скидок и бонусов на услуги клуба и бара, которые заключаются в следующем:

- при заказе двух горячих блюд третье предлагается с 50% скидкой;
- можно получить 10% скидку на определенный день один раз в месяц, если подарить свою визитку, согласившись получать рекламные материалы и предложения по электронной почте или по телефону;
- при посещении бара предлагается бонус: заказав три чашки кофе четвертую можно получить бесплатно;
- для постоянных клиентов предлагается ввести накопительные скидки.

Данные мероприятия позволят увеличить посещаемость заведения что, в свою очередь, повлияет на увеличение выручки.

В результате реализации данных мероприятий ресторан повысит эффективность своей деятельности, что будет способствовать дальнейшему успешному развитию в сфере ресторанного бизнеса. В ресторане расширится ассортимент блюд, улучшится качество обслуживания, что приведет к привлечению новых клиентов. Благодаря дополнительному

стимулированию сотрудников повысится качество обслуживания и стремление к достижению более высоких качественных и количественных показателей.

Список используемых источников:

1. *Комлева М.В.* Теория ресторанного бизнеса.
2. *Фролов А.В.* Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном.
3. Официальный сайт VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» - 2015. - <http://www.scienceforum.ru/2015/1156/12278>
4. Официальный сайт туристической библиотеки «Все о туризме» - http://tourlib.net/books_tourism/egerton5.htm

РАЗДЕЛ II

ИННОВАЦИИ В БИЗНЕС-СРЕДЕ СФЕРЫ СЕРВИСА

ИННОВАЦИИ И ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ГЕОДЕЗИИ

Студент: Андреев Дмитрий

Преподаватель-консультант: Черепнин Валерий Иванович

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Инновации всегда двигают прогресс вперед, это касается всех аспектов нашей жизни. Какие-то новинки мы замечаем, они входят в нашу жизнь, и мы уже не можем представить ее без персонального компьютера или навигационной системы в автомобиле. Но некоторые новшества остаются известными лишь узкому кругу специалистов, хотя их работа и затрагивает интересы всего общества и государства.

Об одном из таких новшеств я и хочу рассказать. Казалась бы, геодезия доступна узкому кругу специалистов, но без неё не может обойтись ни строительство, ни картография. Мы уже не представляем, как бы мы ориентировались без карты местности, приехав в другой город, или до сих пор мы жили бы в избе или землянке? А ведь если не геодезия у нас бы не было карты местности, многоэтажного строительства и многого другого.

В последние время геодезия характеризуется технологическими прорывами в области приборостроения, а в частности, инновационными технологиями сбора, обработки и предоставления информации.

Все более распространенными в геодезическом производстве становятся такие виды инновационных технологий, как цифровая аэрофотосъемка и лазерное сканирование. Их преимущество в том, что они обеспечивают полную, точную и своевременную информацию.



Рис. 1. Наземный лазерный сканер местности

Одно из инновационных изобретений в геодезии – это оптически-лазерные сканеры. Они делятся на наземные и воздушные. При использовании воздушных сканеров съемку производят с борта воздушного транспорта.

Уже сейчас идет тестирование беспилотных аппаратов способных без участия человека производить съемку местности. Аэрофотосъемка сегодня быстро развивается, поскольку сами летательные аппараты становятся дешевле и доступнее. Средние размеры такого «девайса» 1 на 1,5 метра, масса взлета до 2 кг, и при всем при этом время полета доходит до одного часа, что позволяет снять даже самые большие объекты в несколько заходов.

Пожалуй, при всех плюсах есть и минусы в такой работе, самый весомый из которых – зависимость от метеоусловий. Но по сравнению с тем, сколько времени экономит такая съемка, это кажется скорее, обычным недоразумением, чем серьезным минусом.



Рис. 2. Пример работы наземного сканера

Можно смело говорить, что за цифровой технологией - будущее геодезии, ведь она имеет несомненные преимущества перед традиционными средствами и приемами геодезии:

- лазерное сканирование и цифровая аэрофотосъемка выдают более точные данные об объекте;
- дают возможность проводить съемку местности в труднодоступных местах (дно озера, густой лес);
- определения формы сложных объектов;

- увеличивают скорость получения информации, к примеру, при классическом подходе потребовалось бы несколько месяцев или даже лет для выполнения такой работы, а с использованием сканеров съемку можно выполнить за несколько дней - недель, в зависимости от объекта и его площади.
- съемка лазерным сканером не нуждается в проведение дорогостоящих экспедиций, которые требовались при съемке традиционным методом.

Становится бесспорным, что такие инновационные технологии в геодезическом производстве имеют широкие перспективы. Они позволяют эффективнее и в более короткие сроки оценить техническое состояние исследуемых объектов вне зависимости от их сложности. Воздушное сканирование лазером и цифровая аэрофотосъемка ускоряют создание цифровых карт. В проектировании и реконструкции они также упрощают процесс. И это далеко не все перспективные стороны инновационных технологий лазерного сканирования и цифровой аэрофотосъемки. Они способствуют прогнозированию последствий природных катаклизмов и чрезвычайных происшествий, применяются в наблюдении за деформацией объектов и тому подобное.

Список используемых источников:

1. Инновационные технологии в геодезическом производстве – <http://www.innovanews.ru/info/news/hightech/6757/>
2. Инновации – путь к прогрессу – <http://pochemuha.ru/innovacii-put-k-progrjessu>

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент: Васьков Николай

Преподаватель-консультант Булакова Елена Евгеньевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Инновации на предприятии — форма проявления научно-технического прогресса на микроуровне. Они способствуют обновлению номенклатуры выпускаемой продукции, повышению ее качества в целях удовлетворения потребностей потребителей и максимизации прибыли организации.

Эффективность инновационного (научно-технического) развития предприятия определяют исходя из соотношения эффекта (прибыли организации) и вызвавших его затрат. Выделяют четыре основных вида эффекта от инноваций: технический, ресурсный, экономический и социальный.

На успех реализации инноваций на предприятии влияет множество факторов, среди которых отметим научно-технический потенциал; производственно-техническую базу; основные виды ресурсов; крупные инвестиции; соответствующую систему управления. Правильное соотношение и использование этих факторов, а также тесная взаимосвязь через систему управления между инновационной, производственной и маркетинговой деятельностью фирмы приводят к положительному результату осуществления инновационной стратегии.

Инновация — конечный результат внедрения новшества в целях изменения объекта управления и получения экономического, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Научно-технический прогресс — это процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства и труда. Он является важнейшим средством решения социально-экономических задач, таких, как улучшение условий труда, охрана окружающей среды, а в итоге — повышение благосостояния нации. НТП имеет большое значение для обеспечения системы национальной безопасности и обороны.

В последние годы большое значение имеет системное реформирование российских предприятий. Следует кардинально изменить технологию производства, что связано с инновационной стратегией предприятий, организаций и фирм, что важно в условиях рыночной экономики, характеризующейся быстрым изменением конъюнктуры и активной конкурентной борьбой предприятий. Эффективная разработка и внедрение инноваций позволяют предприятию успешно функционировать в уже освоенных областях и открывают возможности выхода на новые направления. На успех реализации инноваций в организации влияют:

- научно-технический потенциал;
- производственно-техническая база;
- основные виды ресурсов;
- крупные инвестиции;
- соответствующая система управления.

Правильное соотношение и использование этих факторов, а также тесная взаимосвязь через систему управления между инновационной, производственной и маркетинговой деятельностью фирмы приводят к положительному результату осуществления инновационной стратегии.

Незащищенность прав собственников на инновации представляет собой отсутствие четких и эффективных механизмов по обеспечению использования инноваций

исключительно с разрешения правообладателя. Это также негативно влияет на инновационное развитие, так как незаконное использование снижает экономическую эффективность реализации инноваций, а, следовательно, и привлекательность этого вида деятельности.

Следовательно, можно выделить ряд основных проблем, влияющих на процессы управления инновационным развитием предприятия:

1. Ограниченность финансирования инновационной деятельности предприятий, высокий уровень управленческих расходов

2. Отсутствие у российских предприятий современной базы для внедрения разработок по причине износа или отсутствия необходимого оборудования, устаревание кадров

3. Наличие феномена сопротивления инновациям

4. Отсутствие кадров, способных эффективно руководить инновационным процессом

5. Нечеткая государственная политика в области инноваций.

Основные направления инновационного развития предприятия в современной экономике представлены на рис.1.

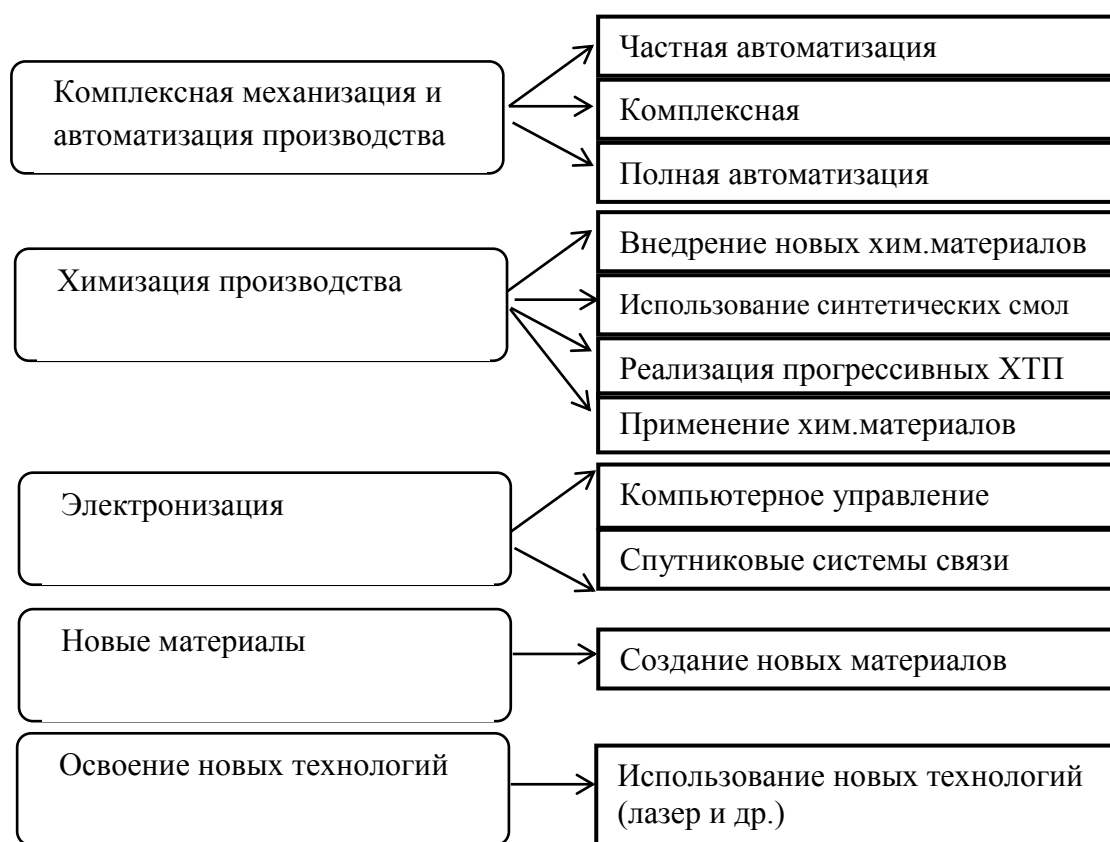


Рис. 1 Направления инновационного развития предприятия

Список используемых источников:

1. *Бекетов Н.В.*, Цикличность развития экономической системы и инновационные отношения в конкурентной среде // Экономический анализ. Теория и практика. – 2010.
2. *Беляев В.Б.*, Основные тенденции формирования инновационных технологий // Законодательство и экономика. – 2014.
3. *Друкер П.Ф.*, Бизнес и инновации. М.: Вильямс, 2013.

НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ В ОСНАЩЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА УНИВЕРСАЛЬНЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ

Студент: Капленко Егор

Преподаватель-консультант: Ларионова Наталья Михайловна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Использование пароконвектомата на предприятии общественного питания – это выгодно и экономично.

Цель данной работы – доказать, что использование пароконвектоматов вместо традиционных видов теплового оборудования, ведет к повышению качества готовой продукции и к значительной экономии производственных площадей, электроэнергии и пр.

В ходе подготовки были просмотрены сайты ведущих фирм по производству технологического оборудования, изучены проспекты и каталоги, проведено сравнение, сделаны усредненные расчеты.

Традиционное оборудование

На предприятиях общественного питания для тепловой обработки продуктов обычно используется традиционное оборудование: электрические плиты, жарочные шкафы, фритюрницы, сковороды.

При приготовлении блюд на традиционном оборудовании готовность и качество блюда определяется органолептически. Есть вероятность пересушить продукт или не доготовить, неравномерно подрумянить - все зависит от мастерства повара.

Микроклимат кухни из-за раскаленных жарочных поверхностей, испарений и запахов далек от комфортного.

Пароконвектомат

Основные достоинства пароконвектомата – это скорость и универсальность.

Универсальность. В пароконвектомате можно осуществлять различные виды тепловой обработки: жарить, варить, запекать, тушить, выпекать. Причем одновременно можно

готовить такие продукты, как рыба и изделия из слоеного теста, главное, чтобы подходил температурный режим. Один пароконвектомат заменяет несколько единиц теплового оборудования: плиту, опрокидывающуюся сковороду, фритюрницу, гриль, жарочный шкаф.

Скорость Использование конвекции ускоряет процесс приготовления и способствует более равномерному подрумяниванию. Благодаря конвекции горячего воздуха, возможно снижение температуры приготовления, в результате чего до 30% снижается потеря в весе. Во многих моделях используется температурный щуп, который позволяет точно определить момент полной готовности продукта и автоматически остановить процесс приготовления.

Повышение качества. Использование пара сохраняет многие питательные вещества, блюда получаются более здоровыми и полезными. Движение горячего воздуха кроме того, что ускоряет процесс приготовления, способствует образованию равномерной корочки. А применение температурного щупа исключает вероятность того, что блюдо будет пересушено или сырое внутри.

Режимы работы. Кроме трех основных режимов работы: «Пар», «Конвекция», «Комбинированный режим пар + конвекция» пароконвектоматы имеют дополнительные режимы: «Низкотемпературный пар» и «Регенерация».

Режим «Низкотемпературный пар» подходит для приготовления морепродуктов, продуктов с нежной консистенцией, сочного и нежного мяса.

Режим «Регенерации» используют для восстановления быстрозамороженных или охлажденных блюд. Он идеально подходит при проведении банкетов. Повар за короткое время может разогреть большое количество, заранее приготовленных и быстрозамороженных блюд. При этом сохраняется качество блюд и рационально распределяется рабочее время повара.

Более сложные модели имеют функцию программирования и автоматической мойки.

Функция «Self Cooking Centr» позволяет нажать только кнопку с символом продукта. Автомат сам полностью контролирует процесс приготовления.

Экономичность. Так как пароконвектомат может заменить несколько единиц теплового оборудования, экономятся производственные площади, электроэнергия, уменьшаются трудозатраты и пр.

Обычно приводят следующие цифры преимущества работы пароконвектомата:

- потери веса мяса на 60% ниже, чем при тепловой обработке на плите,

- объем уварки овощей и гарниров на 100% меньше (продукты сохраняют все полезные вещества и витамины),
- использование жира уменьшается на 95%,
- потребление электроэнергии сокращается на 60% (кроме того, нет необходимости держать пароконвектомат постоянно включенным, так как выход на рабочий режим составляет 5 минут),
- экономия воды на 40%,
время приготовления сокращается на 30-50%,
- экономия площади за счет совмещения нескольких видов тепловой обработки в одной рабочей камере составляет 40%,
- экономия средств за закупку дополнительного оборудования.

В ходе выполнения работы были проведены примерные расчеты полученной экономии.

Расчеты проводились для предприятий общественного питания на 50 посадочных мест (1200 блюд).

Для расчета взят типичный для таких предприятий тепловой модуль, в который входят:

- три четырехконфорочные электрические плиты;
- два жарочных шкафа;
- четыре опрокидывающиеся сковороды;
- два гриля;
- две фритюрницы;
- четыре пищеварочных котла.

Один пароконвектомат в такой технологической линии заменяет две плиты, две сковороды, два жарочных шкафа, два котла.

При расчете использовалось бюджетное отечественное оборудование фирмы «Чувашторгтехника».

Результаты расчетов:

- Экономия площади - 5,6 кв.м (около 40%)
- Экономия средств при закупке оборудования составила 390 тыс. рублей (264 тыс. рублей – оборудование и 126 тыс. рублей - вытяжка)
- Сокращение трудозатрат (3 повара) – экономия 900 т.руб/год
- Экономия на сокращении потребления электроэнергии - 750 т. руб/год

Кроме того, получается значительная экономия на закупке сырья в результате уменьшения потерь в весе. По статистике 38% текущих затрат приходится на закупку продуктов. Даже незначительное снижение весовых потерь при тепловой обработке в результате дает значительную экономию.

Паконвектомат необходим на любой кухне. Он необходим для ресторанов, больниц, предприятий быстрого питания, предприятий, работающих на замороженных полуфабрикатах, специализирующихся на выездном обслуживании и пр. Его использование вместо традиционных видов теплового оборудования ведет к значительной экономии и улучшению многих параметров технологического процесса.

Список используемых источников:

1. Журналы «Торговое оборудование»
2. Каталоги технологического оборудования
3. Проспекты технологического оборудования
4. Официальный сайт компании «Electrolux» - производителя бытовой техники. - www.electrolux.com
5. Официальный сайт компании «IBM Rational software» - разработчика программного обеспечения. - www.rational.com
6. Официальный сайт компании Север Трейд Урал (оборудование и химия для профессиональной кухни). - www.severtrade.ru
7. Официальный сайт по товароведению и экспертизе товаров Знайтовар.ru. - www.znaytovar.ru/s/Parokonvektomat.html

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Студент: Коротков Евгений,

Преподаватель-консультант: Булакова Анна Сергеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Инновационные идеях заключается в том, что появляются новый взгляд на потребности населения в предлагаемом виде товара и его практичности в потреблении, новые вариации его использования. Ключ к инновациям является торговля, потому что сейчас в приоритете стоит не создание товара, а его эффективная продажа.

Также сфера торговли является подходящей для инноваций и нововведений, т.к. идеи относительно быстро можно реализовать, а так же понять, будут ли данные изменения пользоваться популярностью или нет. Актуальность данной работы

заключается в том, что все нововведения уже введены в эксплуатацию, но не повсеместно, а только в некоторых странах или даже городах. Также приведены примеры, которые можно наблюдать в городе Санкт-Петербурге и лично протестировать.

Гипотеза данной работы заключается в том, что инновации в торговле необходимы для более прибыльного и удобного функционирования предприятия.

Цель – обосновать необходимость инноваций.

Для достижения цели поставлена задача - рассмотреть самые интересные варианты нововведений путем анализа литературы.

Например, стационарный интерактив в торговом зале. Британцы Start Creative разработали для магазинов Adidas интерактивный сенсорный экран AdiVerse, на котором отображается подробная информация о коллекциях с 3D-моделями, описанием технологии изготовления и даже обновляемыми в реальном времени отзывами покупателей, оставленными в Twitter . Оплатить покупку можно тут же, не отходя от экрана, при помощи кредитной карты.

Инновации также можно увидеть в мобильных интерактивных возможностях. В сети британских супермаркетов Sainsbury's в Лондоне в качестве эксперимента появились первые в мире тележки с планшетами iPad в качестве медианосителей. Первым рекламодателем стал британский телеканал Sky, рискнувший продвигать с помощью данного проекта свои онлайн- сервисы посредством приложения Sky Go. Если инициатива будет признана удачной, тележки с планшетами могут появиться и в других магазинах сети по всей стране.

Также инновации можно увидеть визуально, как например, это сделала датская компания RealFiction, которая развивает концепцию 3 D -стендов, предназначенных для ритейла и эффектных презентаций. Вот так выглядит последняя разработка RealFiction — стенд с круговым обзором в 360 градусов, у которого отсутствует даже задняя стенка, являвшаяся обязательным элементов первых модификаций. В графическую феерию, разворачивающуюся на стенде, можно легко интегрировать любой реальный объект — бутылку с напитком, мобильный телефон, часы и т.д. При этом создание специального контента для таких стендов не намного сложнее, чем съемка обычного видеоролика. По запросу разработчики предоставляют заинтересовавшимся компаниям подробные инструкции

Популярными инновациями стали мобильные платежи. Оплата покупок и услуг с помощью мобильного телефона и технологии NFC пока в диковинку даже на Западе, однако, по оценке Juniper Research объем мирового рынка мобильных платежей уже в этом году достигнет \$240 млрд., а в 2016 году — \$670 млрд. Наибольшую популярность

этот вид платежей должен завоевать, разумеется, в США, Китае и странах Западной Европы.

Как ожидается, в ближайшие полтора года NFC - сервисы появятся в 20 странах, а к 2016 году почти 40% покупок будут оплачиваться бесконтактным способом посредством мобильного телефона.

Сегодня в продаже присутствует не так уж много мобильных телефонов с поддержкой NFC, однако эту ситуацию пытаются исправить многочисленные стартапы. Самые известные из них — это, пожалуй, iZettle и Square, стремящиеся заменить привычный кошелек смартфоном.

Еще один пример инновации, который можно наблюдать у нас — это шведский проект «Вместокафе».

Шведская сеть магазинов «ИКЕА» запустила проект «Вместокафе». Главная идея — можно прийти на площадку, оборудованную четырьмя кухнями и бесплатно приготовить обед или ужин. Она находится на Каменноостровском проспекте, 17. Таким образом «ИКЕА» не только привлекает возможностью приготовить пищу за меньшие расходы, но и демонстрирует кухонные гарнитуры и различную посуду своего производства.

Гипотеза подтверждена, в связи с чем можно сделать следующий вывод: чтобы потребитель был заинтересован в покупке определенного товара, ему нужно предложить не только качественную продукцию, но и высокую культуру обслуживания, которая без инноваций существовать не может. Из представленных примеров хорошо видно, что инновации не только ускоряют развитие торговли, но и значительно упрощают жизнь людей, делая ее более комфортной для потребителей.

Список используемых источников:

1. Буймов А.С., Вайсман Е.Д. Оценка конкурентоспособности инновационного продукта // Маркетинг в России и за рубежом. - 2013. - № 1. - С. 74–76.
2. Комаров В.М. Инновации в современной торговле // Российская торговля. - 2013. - № 6. - С. 10–13.
3. Шарф А. А. Роль инноваций в деятельности современных торговых организаций // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. - 2014. - № 4. - С. 88–90.
4. Мешков Г.Б., Зенин Д.А. Яркие примеры In Store инноваций [Электронный ресурс]. www.adme.ru

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Студентка: Кравчук Дарья

Преподаватель-консультант: Семухина Елена Владимировна

Санкт-Петербургский институт гостеприимства

Арктика – северная полярная область Земли, включающая Северный Ледовитый океан и окружающие его окраины материков Евразии и Северной Америки. К ней относятся земли, находящиеся в пределах средней многолетней изотермы. В арктической зоне расположены территории, континентальный шельф и прерогативные экономические зоны восьми арктических государств – России, Канады, США, Норвегии, Дании, Финляндии, Швеции и Исландии.

К арктической зоне РФ относят часть Арктики, в которую входят полностью или частично территории Республики Саха (Якутия), Мурманской и Архангельской областей, Красноярского края, Ненецкого, Ямало-Ненецкого и Чукотского автономных округов, определённые решением Государственной комиссии при Совете Министров СССР по делам Арктики от 22 апреля 1989 г., а так же земли и острова, указанные в Постановлении Президиума Центрального исполнительного Комитета СССР от 15 апреля 1926 г. «Об объявлении территорией СССР земель и островов, расположенных в Северном Ледовитом океане», и прилегающие к этим территориям, землям и островам внутренние морские воды, территориальное море, прерогативная экономическая зона и континентальный шельф РФ, в пределах которых Россия обладает суверенными полномочиям и в соотношении с международным правом [1].

Характерностью арктической зоны РФ, оказывающими влияние на формирование государственной политики в Арктике, являются:

- экстремальные природно-климатические условия, включая постоянный ледовый покров или дрейфующие льды в арктических морях;

- фокальный характер промышленно-хозяйственного освоения территорий и низкая плотность населения;

- низкая стабильность экологических систем, определяющих биологическое равновесие и климат Земли, и их зависимость даже от малосущественных антропогенных воздействий.

- удаленность от основных промышленных центров, высокая ресурсоемкость и зависимость хозяйственной деятельности и жизнеобеспечения населения от поставок топлива, продовольствия и товаров первой необходимости из других регионов России;

Территория Арктической зоны РФ составляет 4386,6 тыс.кв.км или 25,7% от общей площади территории Российской Федерации, численность населения –более 2,5 млн. человек, что составляет менее 2% населения страны и около 40% населения всей Арктики [2].

Арктическая зона РФ имеет невероятно низкую плотность населения и высокую ультрадисперсность расселения. Арктика необыкновенно разнотипна не только по концентрации населения, но и по уровню интенсивности хозяйственной деятельности и по инфраструктурной освоенности. Большую часть территории Арктической зоны РФ составляют районы с плотностью населения менее 1 человека на 1кв.км и экстремально низким уровнем экономической активности. Однако Арктическая зона РФ отличается самой высокой урбанизированностью: более 80% населения проживает здесь в городах и поселках с населением свыше пяти тысяч человек. Здесь расположен ряд промышленных центров с населением свыше 100 тыс. человек (Архангельск, Мурманск, Воркута, Норильск). Многонациональное население Арктики включает в себя мигрантов, сосредоточенных главным образом в городах и крупных населенных пунктах, и преимущественно сельского местного населения, состоящего из представителей коренных малочисленных народов Севера и русского старожильского населения.

В Арктике, в её материковой части, располагаются уникальные запасы и ресурсы медно-никелевых руд, олова, платиноидов, агрохимических руд, редких металлов и редкоземельных элементов, крупные, такие как золото, алмазы, вольфрам, ртуть, черные металлы, оптическое сырьё и поделочные камни. Основные минерально-сырьевые ресурсы находятся в северных частях Кольской, Таймыро-Норильской, Маймеча-Котуйской, Уджинской, Таймыро-Североземельской, Анабарской, Якутской, Верхоянской и Яно-Чукотской провинциях.

В пространственном развитии российской Арктики четко выделяется группа старопромышленных регионов (Мурманская и Архангельская области, Красноярский край, Норильский промышленный и Таймырский муниципальный районы), группа арктических регионов нового масштабного промышленного освоения, это Ненецкий, Ямало-Ненецкий, Чукотский автономные округа, арктические районы Республики Саха(Якутия) [3].

Морской полярный туризм в настоящее время активно расширяет границы. В 2014 г. общий пассажиропоток морских круизов в Арктике составлял 1300000 человек, при этом на долю российского сектора Арктики приходилось не более 0,1% пассажиропотока, который обслуживается иностранными круизными компаниями. В настоящее время экспедиционный опыт и финансовая мощь иностранных круизных компаний практически

исключают возможность для российских компаний самостоятельно организовывать и продавать на мировом рынке круизы в российской Арктике. Первым российским юридическим лицом-организатором экспедиционных круизов в Арктике становится московская компания «Клуб Путешествий Спешиал», которая организовала собственный круиз на Землю Франца-Иосифа летом 2010 г. на дизельном ледоколе «Капитан Драницын». В дальнейшем компания планирует организовать арктические круизы из Мурманска и Архангельска. Так, например, летом 2011 г. состоялся новый туристический рейс на теплоходе «Академик Шокальский» из Мурманска в Архангельск по Белому и Баренцеву морям с посещением Соловков.

Российско-английская компания «Посейдон Экспедишнз» является туроператором ледокольных круизов на Северный Полюс. Арктический круиз на Северный полюс – это эксклюзивный российский турпродукт. Россия – единственная страна в мире, которая морским путем доставляет туристов на вершину планеты. В летний сезон 2010 г. самый молодой и самый мощный атомоход в мире «50 лет Победы» выполнил 3 круизных рейса на вершину планеты [4].

Рейсы на Северный полюс выполняются из Мурманска через Шпицберген или через Землю Франца Иосифа с заходом на Новую Землю с осмотром птичьих базаров и наблюдением за арктическими животными на скале Рубин и в бухте Тихая, на островах Чампа, Рудольфа.

В регионе высокоширотных архипелагов в Баренцевом море следует выделить три перспективные и уникальные территории: Шпицберген, национальный парк «Русская Арктика» и арктическая база «Барнео». Создание национального парка «Русская Арктика», учрежденного в 2009 г., состоялось в 2011г. В состав парка включены северная часть архипелага Новая Земля, природный заказник «Земля Франца-Иосифа» и остров Виктория. Общая площадь парка составляет 8,4 млн.га, из них 6,1 млн.га – территориальные воды. Наука и туризм – главные направления работы парка. Появление в Арктических широтах национального парка также позволяет закрепить присутствие России в этом регионе. Требуется серьезная реконструкция объектов инфраструктуры, перепрофилирование существующих строений под нужды науки и туризма. Как показывает успешный опыт некоторых субъектов Северо-Запада России и стран Баренцева региона, одним из таких направлений может стать морской туризм. При определенных условиях путешествия по Белому морю постепенно становятся новым направлением на международном круизном рынке. Для продвижения возможностей Архангельской области необходимо создание современной портово-причальной инфраструктуры и комфортных условий для приема различных видов судов и

обслуживания иностранных туристов, снижение ставок портовых сборов для пассажирских судов. Необходимость прохождения длительных согласованных процедур для захода иностранных судов в региональные порты значительно снижает конкурентоспособность беломорских маршрутов для крупных круизных туроператоров. Оборудование отдельного причала под обслуживание иностранных пассажирских судов, наряду с введением 72-часового безвизового режима пребывания в Архангельской области иностранных туристов, прибывающих на круизных судах и туристских паромах, станут дополнительными условиями по повышению доступности регионального морского туризма.

Северный вектор, безусловно, направлен и в Арктику, которая в последние годы активно осваивается туристами из разных стран мира. Архангельск как историческая столица Северного морского пути может претендовать на роль центра арктического туризма на Русском Севере, основу для развития которого создают уникальные ресурсы национального парка «Русская Арктика». Развитие морского туризма осуществляется непосредственно на территории федерального заказника Земля Франца-Иосифа, включая заходы на Северный Полюс. Здесь работают крупнейшие в мире туроператоры, давно зарекомендовавшие себя на мировом рынке туристских услуг. В 2014 году «Русскую Арктику» посетило более одной тысячи туристов. Для сравнения, арктический архипелаг Шпицберген посетило около 70 тысяч человек. Несомненный импульс в работе национального парка, а также развитию арктического туризма придаст создание сезонного контрольно-пропускного пункта на архипелаге Земля Франца-Иосифа для организации прохождения пограничных и таможенных процедур иностранными туристами. Решение этих вопросов в рамках межрегиональной и трансграничной кооперации, разработки совместных экспедиционных и туристских маршрутов, в том числе с использованием Северного морского пути, несомненно, позволят вернуть Архангельской области некогда потерянные позиции на российском рынке внутреннего морского туризма и заявить о себе как о центре арктического круизного туризма.

Для выхода на мировой рынок круизного туризма и расширения сотрудничества с ведущими туроператорами требуется объединение ресурсов Архангельской, Мурманской областей, Карелии с Красноярским краем, активно развивающим туризм в Арктике [5].

Таким образом, развитие арктического туризма и оптимизация туристского потенциала Арктического региона в целом и в Архангельской области, в частности, способствует закреплению доминирующей позиции России в Арктике, привлекает трудовые ресурсы и дополнительные средства, стимулирует развитие инфраструктуры

туристских объектов, т.е. актуализирует политический, социальный, экономический факторы развития арктического региона.

Список используемых источников:

1. Указ Президента РФ от 02.05.2014 № 296 «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации».
2. Бондаренко Л.А., Аполонский А.О., Цуневский А.Я. Арктическая зона России. Углеводородные ресурсы: проблемы и пути их решения. М.: ИАЦ «Энергия», 2009 – С. 120.
3. Адашова Т.А. Особенности развития арктического туризма / Современные проблемы сервиса и туризма . – 2014. – №1. – С.112.
4. Поплавский В. Поморы ходили в Арктику испокон веку / газета Архангельск; № 17 (4639). 2014 . - С.8.
5. Грамберг И.С. Арктика на пороге третьего тысячелетия. СПб: Наука, 2011. – 230 с

ХАЛЯЛЬ-ТУРИЗМ – НОВЫЙ ТРЕНД ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Студентка: Николюкина Елизавета

Преподаватель-консультант: Сулова Ольга Ивановна

ГБПОУ «Санкт-Петербургский технический колледж»

Современные социологические исследования показывают, что ислам является самой быстрорастущей религией в мире, т.о. мусульмане занимают всё более весомый процент в глобальном социуме. На Земле около 1,6 млрд. мусульман. Затраты на выездной туризм из мусульманских стран постоянно увеличиваются. Так, в 2013 г. глобальный рынок халяль-туризма оценивался примерно в 155 млрд.долл., что составило около 13% всех затрат населения планеты на путешествия в этом году. Из них на страны Восточной Европы приходилось 5,3 млрд.долл. По данным компании Rezidor Hotel Group, входящей в первую пятёрку мировых лидеров в области гостиничного бизнеса, в ближайшие 10 лет спрос на отдых по шариату будет расти на 20% ежегодно.

Т.о. «халяль-туризм» за последние два года стал новым трендом на мировом туристском рынке. Многие страны стали открывать гостиницы для мусульман.

Цель исследования – изучить особенности предоставления халяльных гостиничных услуг в мире, проанализировать возможности их предоставления в российских гостиницах. Гипотеза: халяльный туризм - выгодное и перспективное направление в

современном развитии гостиничного бизнеса, и этот тренд необходимо развивать и в России.

Для халяльного туризма, также как и для гостиниц под маркой «халяль», пока не существует чёткого определения. Обычно под ними понимают особый вид туристской отрасли, подразумевающий услуги, направленные на удовлетворение привычек и потребностей путешествующих мусульман.

Кто такой халяль-турист? Потенциально – всякий, кто исповедует ислам. В смысле государственной принадлежности, особенно высок спрос на подобные услуги со стороны граждан Индонезии, Малайзии, Саудовской Аравии и Объединенных Арабских Эмиратов. Существенный сегмент рынка приходится на путешественников из стран Северной Африки.

Наиболее популярные направления у мусульманских туристов – Малайзия, Египет, Турция, но в последние годы возросло количество таких туристов, приезжающих в Лондон, Рим, Париж, Мадрид. Наметился некоторый поток и в Россию.

Можно составить портрет мусульманского гостя отеля. Это хорошо образованный человек, имеющий оплачиваемую работу, говорящий, как минимум, на английском языке, путешествующий с женами и детьми по миру и предпочитающий отели и рестораны, в которых знают и уважают исламские традиции.

Халяль-отели можно разделить на две категории.

Первая – это полностью халяльные гостиницы, чьими целевыми клиентами являются именно мусульмане. Здесь питание полностью халяльное, спиртное не подают вовсе и отсутствует бар. На территории гостиницы (вблизи ее) находится мечеть или есть специально выделенное помещение для молитвы (молельная комната), а также указатели направления в Мекку и времени молитв.

Вторая категория связана с предоставлением отдельных номеров, в которых исполняющий мусульманин будет чувствовать себя комфортно. В таких номерах предоставляется молитвенный коврик и компас, в санузле имеется биде или кувшин для совершения омовения, отсутствует мини-бар. Весь интерьер гостиницы в целом должен быть дружелюбным мусульманам. При этом кухня отеля использует халяльное сырьё для приготовления пищи для постояльцев, однако спиртное также продаётся. Возможен также вариант разделения кухни, когда халяль подаётся только по заказу клиента. В последнем случае гостиница оценивается на предмет соответствия халялю особенно строго: от поставщиков сырья (экологически чистые продукты питания, наличие сертификатов халяль) до отдельно выделенных холодильников и кухонной утвари. Все необходимые средства гигиены также соответствуют нормам шариата: мыло, гель для

душа и шампунь, которые предоставляются гостям, изготовлены без использования животных жиров и спирта.

Например, чтобы привлечь и сохранить мусульманский поток туристов, правительство Мальдив переориентировало гостиничную отрасль на мусульман - гостям предлагается халяльная еда, запрещено обнажаться в общественных местах и т.п. В дальнейшем, большинство курортов Мальдив перейдет на работу по законам шариата. В гостиницах Японии также стали обращать больше внимания на этот сегмент туристов, в частности, мусульманским гостям выдают Коран, молитвенный коврик и карту, указывающую, как пройти к мечети. Много мусульман приезжает в Лондон, Париж и они предпочитают так называемые «халяльные отели», где предлагают халяльную еду, в гостиничном ресторане нет алкоголя, для женщин – отдельный СПА-салон, обстановка в номере с учетом расположения Мекки, гости могут совершать молитву в установленное время по всем правилам, отсутствие ТВ каналов «для взрослых». Во время Рамадана гостиницы предлагают гостям завтрак перед рассветом, а после захода солнца – шведский стол. Некоторые лондонские гостиницы делают определенное количество «халяльных» номеров для мусульманских гостей.

Россия в настоящее время стоит у истоков халяльных гостиниц. Динар Садыков, руководитель Центра по исследованию и информации Исламской палаты в мире халяль, считает, что Россия – страна, которая привлекает большое внимание гостей из самых разных стран, в том числе и мусульманских. В РФ сертификат получила гостиница «Холидей Инн Сущевская», с приобретением статуса «халяль» на услуги и меню. В работе находятся документы по гостиницам «Аэростар», «Космос», «Балчуг», «Метрополь», «Аминьевская».

Председатель Совета муфтиев России и Духовного управления мусульман РФ Муфтий шейх Равиль Гайнутдин утвердил Стандарт "Халяль" SO RMC 410:2014: "Услуги халяль в гостиницах и других средствах размещения», разработанный Международным Центром стандартизации и сертификации "Халяль" Совета муфтиев России. Данный стандарт стал первым в России документом, регулирующим правила предоставления услуг "Халяль" в гостиничном и туристском сегменте. Уровень гостиницы будет определяться не по числу звезд, а по числу лун.

Считаю, что создание халяль-гостиницы в Санкт-Петербурге привлечет к нам туристов из мусульманских стран. Возможности для этого есть. Соборная мечеть, расположенная на Петроградской стороне, на углу Кронверкского проспекта и Конного переулка (вблизи станции метро «Горьковская»), одна из самых больших в Европе.

Целесообразно именно в этом районе открыть небольшую халяль-гостиницу, предоставляющую соответствующие услуги.

Какие плюсы и минусы в этом новом туристском тренде? Мусульманские туристы, по оценке экспертов, тратят больше денег в гостиницах и ресторанах, а их жены и дети много тратят в различных кафе со сладостями, в магазинах игрушек, парфюмерных магазинах и в бутиках. Это - дополнительные возможности для отеля, дополнительный доход. Но надо иметь ввиду, что у этих туристов, как было написано выше, особые требования к номерам, к кухне, халяльное мясо, например, стоит в 3 раза дороже обычного. Кроме того, экспертами гостиничного бизнеса уже отмечена тенденция – как только в той или иной гостинице возрастает количество мусульманских гостей, там начинает падать количество гостей из Европы.

Список используемых источников:

1. Официальный сайт «HalalBooking» - система онлайн - бронирования Халяльных туров. - <http://ru.halalbooking.com/faq.mobile>
2. Официальный сайт «RATA-news» – ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. - http://ratanews.ru/hotels/hotels_2062015_2.stm
3. Официальный сайт «SuayTour» - система онлайн - бронирования халяль отелей и авиабилетов. - <http://suaytour.ru/DynamicPage.aspx?DynamicPageID=36>
4. Журнал «ОТЕЛЬ» 2014 г.
5. Информационный портал «Islamtoday» - http://islam-today.ru/islam_v_mire/gde-popularen-halal-turizm/

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ УСЛУГ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ: ПРОЕКТ ВИРТУАЛЬНОГО ТУРА «РОЖДЁННЫЙ НА СТЫКЕ СОЗВЕЗДИЙ»

Студентка: Платонова Софья

Преподаватель-консультант: Радзевич Ирина Даниеловна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Санкт-Петербург связан с жизнью и творчеством многих известных и талантливых людей, оставивших след в истории отечественной музыки. Одним из таких людей являлся Виктор Цой- основатель и бессменный лидер рок-группы «КИНО».

Поклонники «КИНО» - это люди разного возраста, проживающие на территории нашей необъятной России.

В Северной столице прошла короткая и яркая, полная музыки и стихов, концертов и тусовок жизнь Цоя. Поэтому в Петербурге много адресов, которые имеют отношение к различным периодам жизни кумира целого поколения.

Мы предлагаем вашему вниманию интерактивный тур по Ленинградским адресам Виктора Цоя, имеющим отношение к разным периодам его жизни: от появления на свет до школьных лет, от первой звукозаписывающей студии до места, где голос поколения обрёл покой.

Тур включает в себя 18 адресов, важных для музыканта в разное время. 18 мест, являющихся паломническими для КИНОманов в Санкт-Петербурге.

Цель создания данного проекта – популяризация творчества Виктора Цоя.

Данный проект разработан в рамках деятельности молодёжной туристско-гидовской лаборатории PROFTURLAB, целью деятельности которой является осуществление разработки экскурсий для маленьких детей, школьников, пенсионеров, а так же людей с ограниченными возможностями, для которых изучение города перестанет быть проблематичным;

Виртуальный тур «РОЖДЁННЫЙ НА СТЫКЕ СОЗВЕЗДИЙ» создан с целью популяризации творчества Виктора Цоя; приурочен к 55-летию музыканта в 2017 году; позволит совершить тематическую прогулку по Петербургу людям, которые по разным причинам не могут посетить наш город и самостоятельно пройти по местам важным для поклонников Виктора Цоя и группы «КИНО».

Предложенный тур даст возможность людям с физическими ограничениями стать полноценными участниками туристского рынка, что способствует развитию индустрии, выводя формат туристских услуг на другой, более современный уровень.

Интерактивная экскурсия представляет собой мультимедийную программу в состав которой входят: аудио, видео, фото, текстовые материалы на данную тему, а также 2-х и 3-х мерные карты. Данные материалы позволят сделать интерактивный тур максимально реалистичным, что очень важно для тех, кто не сможет совершить прогулку в реальных условиях.

Суть программы

Адреса располагаются в хронологическом порядке, однако пользователь способен также в удобном для него порядке, щелкнув мышкой узнать информацию о нужном адресе (что было там при жизни Цоя и что есть сейчас)

Текстовые материалы параллельно сопровождаются музыкой «КИНО» разных лет.

Также в программу включены редкие фотографии и интервью Виктора Цоя, которые также разделены на периоды.

Подобная структура делает управление программой удобным для пользователя.

Программа предназначена для установки на компьютер.

Перспективы развития предложенного тура

- В дальнейшем в программу будут входить аналогичные материалы, которые связаны не только с группой «КИНО», но и с другими коллективами-участниками Ленинградского рок-клуба, такими как «АЛИСА», «АКВАРИУМ», «ЗООПАРК» и другие.
- Также в перспективе возможно создание электронного приложения для мобильных устройств, которое можно будет скачать в сети Internet. В его основу лягут материалы мультимедийной программы.

Стихи лидера «КИНО» очень актуальны в современном мире, а потому с каждым годом привлекают все больше поклонников, для каждого из которых Виктор дорог своему.

Описанная мультимедийная программа применяется уже давно для создания тематических экскурсий по Санкт-Петербургу. Таким образом, сам формат не является инновацией. Новизна состоит в том, что экскурсия будет связана с В. Цоем. Подобных интерактивных туров пока не существует.

Практическая значимость проекта тура заключается в том, что в современных экономических условиях многочисленные поклонники творчества музыканта не смогут позволить себе приехать в Санкт-Петербург из дальних регионов страны. Общеизвестно, что поклонниками Виктора Цоя являются не только его ровесники, но и молодые люди в возрасте от 14 до 18 лет. У них порой не хватает средств. Или по другим причинам они не могут предпринять попытку путешествия в «Санкт-Петербург Виктора Цоя» для знакомства с памятными местами: не отпускают родители, ограничены в финансовых, физических, психологических ресурсах и возможностях. Наш тур удовлетворяет данную потребность и восполняет дефицит.

Надеемся, что данный турпродукт станет интересен для широкого круга потребителей.

Список используемых источников:

1. *Гуницкий А. А.*, Записки старого рокера. СПб: Амфора, 2007
2. *Рыбин А. В.*, «КИНО» с самого начала. . СПб: Амфора, 2013
3. *Цой В.Р.*, Музыка волн, музыка ветра. М.: Эксмо, 2007
4. Перечень ленинградских адресов Виктора Цоя

5. Официальный сайт информационного агентства Росбалт. - <http://www.rosbalt.ru/piter/2012/06/21/994918.html>
6. Официальный сайт «Клуба-музея «Котельная Камчатка»- clubkamchatka.ru

ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА ТУРИСТСКОГО РЫНКА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Студентка: Страшинова Варвара

Преподаватель-консультант: Горелая Лилия Валентиновна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Инновации в туризме и сервисе – это непрерывный и обязательный процесс, суть которого состоит в разработке новых направлений, создании новых туров и экскурсий, предложении на рынке нового туристского продукта, направленный на улучшение продуктов и услуг, требуемое рынком.

Россия, благодаря, разнообразию природных ландшафтов и климатических условий, культурному многообразию, огромному интересу со стороны туристов ближнего и дальнего зарубежья, имеет все необходимое для комплексного и гармоничного инновационного развития туристской отрасли.

В основе лежит реализация достижений научно-технического прогресса. Например, успешным примером инновационной деятельности в туристской сфере можно назвать создание интерактивных и виртуальных музеев, и использование QR-кодов в обычных музеях – эти метки при сканировании их мобильным устройством позволяют получить дополнительную информацию об экспонате [4].

Широкое внедрение в хозяйственный оборот инновационных продуктов и технологий стало ключевым фактором экономического роста и улучшения качества жизни населения. Рынок услуг туризма и сервиса настолько подвижен, что требует постоянной разработки и внедрения новых услуг.

Наибольшей популярностью сейчас пользуются те виды туризма, которые связаны с активной познавательной или развлекательной деятельностью, позволяющей туристам получать качественно новые впечатления.

Возникновение новых видов туризма связано с *продуктовыми инновациями*, такими как:

- разработка новых, ранее неизвестных на рынке туров (ранее это были такие виды туризма, как сельский, экологический, конгрессный, авантюрный, подводный, круизный, орнитологический, экспедиционный туризм, «тюремный» туризм, дачный туризм).

- создание ресурсов с заранее заданными свойствами и новой целевой функцией или привлечение к туристскому процессу новых видов ресурсов (природно-антропогенные объекты, техногенный туризм). В маршрутном и стационарном туризме на первый план выходят объекты, отвечающие требованию экзотичности: заключение браков на льду Байкала, под водой или во время прыжка с парашютом; размещение гостиниц на деревьях (Германия), на маяках (провинция Фрисландия, Нидерланды), в винных бочках (Рюдсхайм, Германия), под водой (Ки Ларго, штат Флорида США); проведение деловых конференций в надувном конференц-зале («Сфера», (Подмосковье)); посещение как свернутых, так и действующих военных объектов (Балаклава, Крым).
- освоение новых сегментов туристского рынка, включая вовлечение в туристское движение новых природных сред (космос), территорий экстремального типа (пустыни, Антарктида, экваториальные леса).
- создание новых туристско-рекреационных территорий.

Изучение тенденций и закономерностей комплексного освоения инноваций, планирование положительных результатов и управление ими - сложная методологическая проблема в сфере туризма, связанная, прежде всего, с классификацией нововведений. В качестве значимых для определения сути инноваций в туризме существуют определенные классификационные признаки (Рис.1 Классификационные признаки инноваций в туризме) [1, с 118-132].



Рис. 1 Классификационные признаки инноваций в туризме

Санкт-Петербург – мегаполис с огромной конкуренцией и в тоже время с огромным потенциалом. Для Санкт-Петербурга инновации рассматриваются в глобальном смысле.

В настоящее время в Санкт-Петербурге сформирована инфраструктура поддержки инновационных проектов на всех этапах развития инновационного продукта от посевной стадии до продажи бизнеса. Ведется работа по организации эффективного диалога проектов между федеральными и региональными институтами развития.

Развитие инновационной деятельности в Санкт-Петербурге — одна из ключевых задач социально-экономической политики Правительства города.

Цели — достижение Северной столицей статуса инновационного центра мирового уровня, повышение конкурентоспособности городской экономики[4].

В рамках международной туристской выставки «INWETEX-CIS TRAVEL MARKET», прошедшей с 8 по 11 октября 2015 года в Санкт-Петербурге, состоялась Всероссийская акция-презентация инновационных проектов в сфере туризма. «Радио Гид» открыл акцию-презентацию инновационных проектов в сфере туризма - лауреат Правительственной премии в области туризма «за создание инновационной системы экскурсионного обслуживания туристов» [4].

Ключ к успеху в любом деле, и в туризме в том числе, связан с разработкой новых креативных идей, поиском нестандартных решений и созданием эксклюзивных предложений.

Генеральный директор компании «Радио Гид» Сергей Давлетшин представил линейку разработок компании, отметив, что ее услугами в Санкт-Петербурге уже воспользовались более 2 млн. человек. В ближайших планах – усовершенствование экскурсионной системы «Радио Гид» с охватом 500 метров специально для сопровождения туристов во время активного отдыха (горнолыжные, конные, велосипедные и прочие туры). Кроме того, разрабатывается и сувенирный аудиогид, который запускается совместно с Ростуризмом в рамках проекта Visit Russia и будет в ближайшее время представлен в туристских офисах России и за рубежом, а также использоваться на Чемпионате мира по футболу в 2018 году [4].

«Радио Гид» - это оборудование для конференций, проведение индивидуальных экскурсий и синхронного перевода, радио оборудование для автобусных и пешеходных туров. Радио Гид предназначен для повышения качества проведения массовых экскурсий, это принципиально новое устройство с цифровым способом передачи звука.

Само устройство «Радио Гид» представляет собой небольшой аппарат вроде мобильного телефона, который крепится к одежде или надевается на шею, к нему подключаются стерильные наушники. Приемник выдается настроенным, его даже не надо

включать. Компания гарантирует чистое звучание без помех, возможность использовать Радио Гид без ограничений по всему миру, наличие 250 каналов, количество человек в группе не ограничено, дистанция охвата - 150 метров на открытом пространстве, в условиях музея - 50 метров. Устройство полностью безопасное, не издает излучения, так как он только принимает сигнал [3].

Факты о компании «Радио Гид»:

- более 10 лет на рынке Европе и стран СНГ (была основана в 2004 году и с тех пор один из лидеров индустрии);
- собственное производство в Европе (производство находится в Европейской части России, в Санкт - Петербурге);
- Уникальные цифровые разработки, не имеющие аналогов (компания имеет ряд запатентованных технологий);
- эко. Производство (соответствует самым высоким стандартам качества);
- тестирование каждой единицы выпуска (каждый продукт марки проходит многократное тестирование и контроль качества);
- оборудование обслужило более 10 млн. человек (примерно такое количество людей проживает сейчас в Швеции);
- круглосуточная служба поддержки (готова ответить на любые вопросы 24 часа в сутки);
- лауреат различных международных премий [2].

Инновации - необходимое условие создания и успешной реализации туристского продукта в современном мире. Поскольку туристский рынок поддается влиянию различных событий в окружающем мире, то его участники должны не только генерировать новый продукт, но уметь своевременно реагировать на новые изменения в различных областях деятельности, смежных с туризмом, обладать способностью к созданию новых методов работы и улучшению результатов деятельности.

Внедрение инноваций в процессе развития туризма в Санкт- Петербурге является вызовом времени, ответив на который, наш город сможет значительно укрепить свой международный имидж и повысить свой экономический и политический статус.

Список используемых источников:

[1] Новиков В.С., Инновации в туризме. М.: ИЦ "Академия", 2011.

[2] Официальный сайт компании «Радио Гид». - <http://www.radio-guide.ru/>

[3] Характеристика инновационного продукта. - <http://radioguide.net/ru/>

[4] Ассоциация туроператоров. - <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/32832.html>

ИННОВАЦИОННОЕ КАЛЕНДАРНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СОЗДАНИЯ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ В 3D ИЗМЕРЕНИИ

Студентка: Старчук Анастасия

Преподаватель-консультант: Расина Татьяна Александровна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

В настоящее время в связи с большими объемами строительства и их планомерным ростом, принимая во внимание экономический кризис, который вносит значительные изменения в бизнес-процессы, такие вопросы как оптимизация, контроль за работами, контроль за ресурсораспределением становятся как никогда актуальны. Одним из путей оптимизации является использование информационных технологий на всех этапах создания и эксплуатации объекта недвижимости.

Цель работы состоит в визуализации календарного планирования объекта недвижимости на всех стадиях его создания.

Календарное планирование строительства объекта, осуществляемое в программе Microsoft Project (рис. 1) целесообразно отслеживать в 3D измерении с помощью экспорта данных в Autodesk Revit Architecture (рис. 2), что позволит визуально определить “что должно быть сделано по плану?” и “каков фактический процент готовности?” на заданную дату.

Имеется возможность использовать *Revit Architecture* совместно с *Microsoft Office Project* программируя при помощи утилиты «*Revit to MSPProject Bi Directional Link Plug-in*». Она позволяет присваивать каждому объекту из Revit параметры, существующие в Project, например: время начала строительства, время окончания строительства, создан ли уже объект, либо еще только планируется и др.

После установки утилиты в главное меню *Revit Architecture* добавляется пункт “*MSPProjectLink*” (рис. 1).

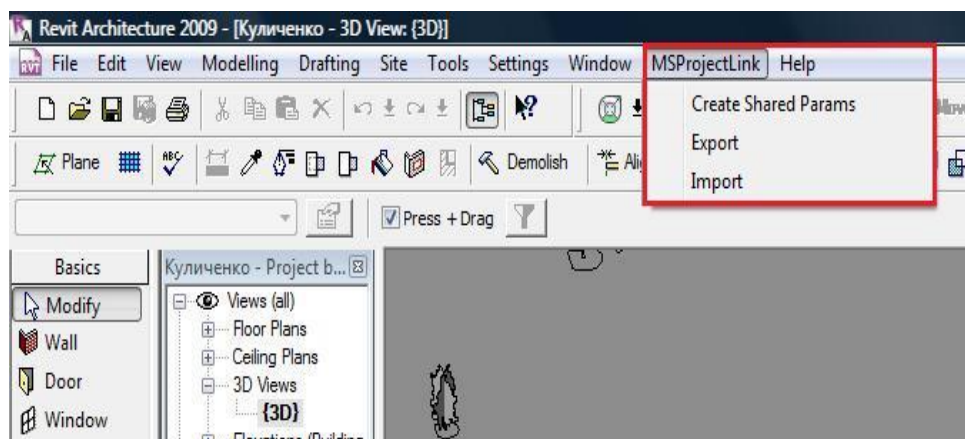


Рис. 1

На рис. 2 рассмотрены примеры отслеживания возведения объекта (календарный план разработан в *Microsoft Office Project*) с визуализацией в *Autodesk Revit Architecture*.

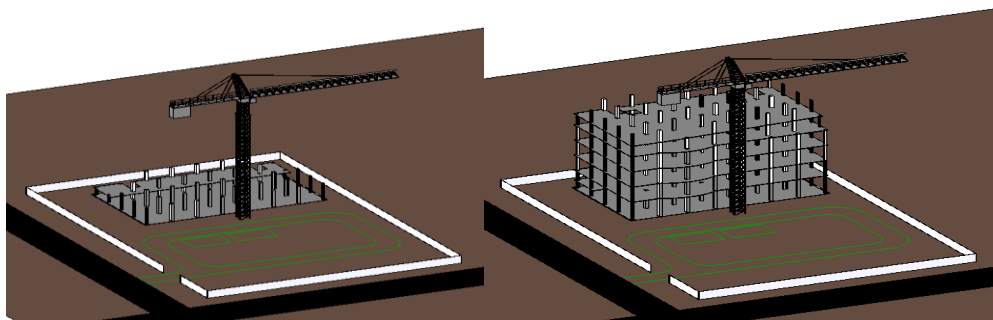


Рис. 2 Здание на различных этапах строительства в Autodesk Revit Architecture

При сравнении фактических и плановых показателей строительства можно видеть: какие работы идут по графику, какие с отставанием, какие с опережением, и на основании этого принимать управленческие решения: внести изменения в технологию и/или организацию производства работ и т.д.

Разработка методики 3D календарного планирования с использованием процедур, связывающих программные продукты Autodesk Revit Architecture и Microsoft Project на различных этапах создания объекта недвижимости: разработки стройгенплана, календарного планирования строительства, контроля хода выполнения строительных работ позволит строительным организациям оптимизировать процесс строительства объекта, повысить уровень конкретизации работ, повысить уровень контроля за ходом выполнения строительных работ.

Конкуренция на строительном рынке в России довольно высока, поэтому строительные компании стараются искать любые возможные пути для оптимизации своей деятельности. Внедрение информационных технологий – современных программных продуктов, нового оборудования, как один из путей оптимизации, позволит улучшить контроль за использованием ресурсов, конкретизировать имеющиеся возможности и потребности, и, следовательно, снизить расходы.

Инвестиции в информационные технологии не приносят сиюминутной прибыли, но в долгосрочной перспективе являются тем, что позволит компании, их внедрившей улучшить свое положение на рынке. Поэтому инвестиции в информационные технологии являются стратегическими инвестициями. Следовательно, они являются залогом успеха, а ведь успех – цель любой организации на рынке.

Список используемых источников:

1. Официальный сайт компании «НИАЭП»- предприятия госкорпорации «РОСАТОМ» - <http://www.niaep.ru/activity/club/>
2. Официальный сайт журнала «САПР и графика». - <http://www.sapr.ru/>
3. Официальный сайт группы компаний PROMEX – проектирование, монтаж, эксплуатация внутренних инженерных сетей.- <http://www.promex-russia.ru/>

ИННОВАЦИИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Студент: Шамров Григорий

Преподаватель-консультант: Новикова Анастасия Владимировна

СПб ГБПОУ «Колледж Пищевых технологий»

Инновации – один из основных двигателей рынка. Это касается как продуктовых инноваций, так и инноваций, связанных с представлением продукта, – то есть упаковкой, дизайном, приемами маркетинга и рекламы. При этом инновации – это не только передовые технологии, но и новое видение, а также нетрадиционный подход к выведению продукта на рынок. Основные критерии (свойства) инновации: научно-техническая новизна - важна новизна потребительских свойств; практическая воплощенность, т.е. использование в промышленности, в с/х, в здравоохранении, образовании или др. областях деятельности; коммерческая реализуемость – новшество должно быть воспринято рынком; только реализованная в новой продукции или процессах новая идея является инновацией.

Классификация инноваций:

1. По степени радикальности (новизны):

– *базисные инновации*, которые реализуют крупные изобретения, и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники (пр. компьютеры);

– *улучшающие инновации* – обычно реализующие мелкие и средние изобретения.

2. По характеру применения:

– *продуктовые* – ориентированы на использование и производство принципиально новых продуктов;

– *технологические* – нацелены на создание и применение новой технологии (пр. нано-технологии);

– *социальные* – ориентированы на построение и функционирование новых структур;

– *рыночные* – позволяют реализовать потребности в товарах и услугах на новых рынках.

3. По стимулу появления:

- инновации, вызванные развитием науки и техники;
- инновации, вызванные потребностями производства;
- инновации, вызванные потребностями рынка.

4. По типу новизны для рынка:

- новые для отрасли в мире (пр. вакуумная бомба);
- новые для отрасли в стране;
- новые для данного предприятия или группы предприятий;

5. По месту в системе:

- инновации на входе предприятия (сырье, оборудование);
- инновации на выходе из предприятия (новое блюдо, кулинарный продукт, услуги);
- инновации системной структуры предприятия (управленческая, производственная, технологическая).

6. С учетом сверх - деятельности предприятия:

- технологические;
- производственные;
- экономические;
- торговые;
- социальные;
- в области управления.

Конкретные источники инновационных идей:

- потребители
- конкуренты
- торговые агенты, дилеры, прочие посредники
- персонал предприятия

Основные источники финансирования инновационной деятельности:

- бюджетные средства (средства федерального бюджета, бюджета субъектов РФ, местные);
- внебюджетные средства, включая собственные средства организаций и средства инвесторов;

– важным внутренним источником является фонд амортизационных отчислений и фонд развития производства.



Иновации тесно связаны с научно-техническим прогрессом (НТП), но иновации, в отличие от НТП, не заканчиваются внедрением; этот процесс не прерывается и после, т.к. новшество совершенствуется, делается более эффективным.

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживают иновации в организации потребления.

Теперь в детских садах, больницах и других учреждениях можно формировать индивидуальный поднос для каждого, причем все необходимые манипуляции с едой можно выполнять уже на кухне и не проделывать их во время раздачи. Такой принцип называется таблет питание, современные технические находки позволяют сделать его быстрым и максимально безопасным.

Температура для каждого блюда может поддерживаться индивидуально, благодаря встроенному аккумулятору и термопластинам, реагирующим на температуру тарелки и сохраняющим ее постоянной. Все манипуляции с пищей ограничиваются кухней, транспортируется она под плотной крышкой и в таком виде выдается потребителю — это обеспечивает ее максимальную гигиеничность.

Новинки появились и среди технологий сохранения продуктов. Одна из них — CapKold, разработанная в США. Этот способ подразумевает варку на пару большого объема пищи и его быстрого охлаждения в барабанах с ледяной водой. После этого, продукт может храниться при низкотемпературном режиме (около 3°C) в течение 45 суток без использования консервантов. Кроме того, благодаря специальному оборудованию, этот способ оказывается довольно дешевым.

Для быстрого и эффективного процесса приготовления пищи разработана система Cook&Camp Chill. Особенно эта технология выгодна при подготовке банкетов и других крупных мероприятий. Система позволяет готовить одновременно большое количество не

только однородной, но и разнородной продукции. Затем эта продукция быстро охлаждается (с 65 до 10°C) и хранится в холодильнике, пока не настанет пора его разогревать перед подачей.

В целом, частное предпринимательство в инновационной сфере фактически начало развиваться во второй половине 80-х годов. Этап становления инновационного бизнеса в России завершился к концу 90-х годов. На современном этапе особую роль играет государственное регулирование инновационного развития экономики нашей страны, в частности и сферы малого предпринимательства. Основное направление государственной инновационной политики в этой сфере состоит в том чтобы, с одной стороны, сохранить накопленный научно-технологический потенциал и, с другой стороны, развивать необходимую инфраструктуру и экономические механизмы, стимулирующие инновационные процессы.

С начала 1990-х в России стали появляться такие важные элементы инфраструктуры поддержки малого бизнеса, как агентства развития предпринимательства, учебно-деловые центры, бизнес-инкубаторы, технопарки и инновационно-технологические центры. Позднее развитие сети подобных объектов инфраструктуры стало непрямым элементом всех государственных программ поддержки малого предпринимательства, как федеральных, так и подавляющего большинства региональных.

Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время в России созданы практически все необходимые базовые элементы поддержки инновационного предпринимательства, которые в совокупности способны оказать содействие малым инновационным предприятиям в их становлении и деятельности.

Можно выделить ряд основных проблем, с которыми сталкиваются в своей деятельности представители малого предпринимательства, в том числе и в сфере инновационной деятельности:

- несовершенство нормативно-правовой базы в сфере малого предпринимательства;
- отсутствие действенных финансово-кредитных механизмов и материально-ресурсного обеспечения развития малого предпринимательства;
- несовершенство системы налогообложения;
- недобросовестная конкуренция;
- несовершенство государственной системы поддержки малого предпринимательства;
- неразвитость системы информационной поддержки малых предприятий;

-проблемы кадрового обеспечения подготовки специалистов для малого предпринимательства;

- административные барьеры;

- доступ к федеральному и муниципальному имуществу.

Инновационная деятельность является одним из факторов повышения эффективности российской экономики и конкурентоспособности отечественных предприятий, со-здания условий нормального функционирования промышленности в целом, реструктуризации отраслей и реформирования предприятий.

Повышение инновационной активности малых предприятий производственной сферы, способствующих сохранению и приумножению научно-технического потенциала страны, становится одним из важнейших направлений экономической стратегии.

Список используемых источников:

1. Ресурсный центр малого предпринимательства.- rcsme.ru
2. Ресторан сегодня.- frio.ru/news/1367/
3. Все для общепита в России.- Pitportal.ru
4. Официальный сайт «Мой Универ»/ - moyuniver.net/innovacii-v-sfere-uslug-obshhestvennogo-pitaniya