



Комитет по образованию
Санкт-Петербурга



Колледж туризма Санкт-Петербурга
Ресурсный центр



ГБУ ДПО Санкт-Петербургская академия
постдипломного педагогического образования

*„Ключ к успеху бизнеса – в инновациях, которые,
в свою очередь, рождаются креативностью“
Джеймс Гуднайт*



Сборник материалов

VII Межрегиональной студенческой научно – исследовательской
конференции «Расширение информационного пространства и
повышение научного потенциала в подготовке
высококвалифицированных специалистов сферы сервиса:
оптимизация, рационализация, инновации»



Газета
«Рестораны Петербурга»



ЗАО «Звезда
Петергофа»



Санкт-
Петербургский
Институт
гостеприимства



Федерация
Рестораторов и
Отельеров
России



АО «Совет по туризму
и экскурсиям
Санкт-Петербурга»



ООО «Трэвел Сервис»

Санкт-Петербург
декабрь 2022 года

РАСШИРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА И ПОВЫШЕНИЕ НАУЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА В ПОДГОТОВКЕ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА: ОПТИМИЗАЦИЯ, РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ, ИННОВАЦИИ

Седьмая межрегиональная студенческая научно – исследовательской 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 07 декабря 2022 г.

В качестве социальных партнёров и участников образовательного производственного-кластера выступили: Федерация рестораторов и отельеров России, АО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга», Президиум Общественного Совета по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга, ЗАО «Звезда Петергофа», гостиничный комплекс «Новый Петергоф», газета «Рестораны Петербурга».

Данный выпуск является сборником материалов седьмой межрегиональной студенческой научно – исследовательской конференции. В сборник включены работы студентов из 12 профильных образовательных организаций среднего и высшего профессионального образования Санкт-Петербурга и Владимирской области.

Современные экономические процессы характеризуются активным внедрением нового высокотехнологичного оборудования, именно поэтому изменения в технологическом укладе требуют иных подходов к подготовке кадров, способных обеспечить запросы предприятий сферы сервиса и, как следствие, устойчивый экономический рост.

Система подготовки кадров должна оперативно реагировать на структурные изменения в экономике, связанные с переходом к инновационным технологиям, и это возможно исключительно путем взаимных усилий образовательных учреждений и предприятий сферы сервиса, путем формирования модели образовательно-производственного кластера, в рамках сетевого взаимодействия.

Тема конференции, безусловно, актуальна, поскольку развитие сферы услуг и повышение ее эффективности напрямую связаны с инновациями. Одним из главных показателей развития сферы услуг является конкурентоспособность услуг, которая непосредственно связана с уровнем инновационной деятельности на каждом сервисном предприятии.

Работа Конференции отражает стремление организаторов развивать учебный процесс в рамках образовательного пространства с учетом национальных приоритетов и традиционных ценностей российского общества, в том числе быстро меняющихся технологий и производственных процессов в сфере сервиса

Этим обусловлена тематика докладов. Участники Конференции смогли обсудить ключевые направления развития сферы сервиса и услуг в условиях цифровой экономики, экологические инновации, инновационные тенденции развития предприятий сферы сервиса и услуг, проблемы и пути совершенствования деятельности современных предприятий, методы научной организации труда в предприятии сферы сервиса и услуг.

Материалы сборника охватывают широкий спектр тем, связанных с ключевыми направлениями развития сферы сервиса и услуг в условиях цифровой экономики.

Сборник адресован педагогическим работникам и студентам профессиональных образовательных организаций и организаций высшего образования по направлениям подготовки в сфере сервиса и услуг.

Рецензент:

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

Научный редактор:

- *Сорокина Е.В.*, заведующая научно-исследовательским отделом Санкт-Петербургского института гостеприимства, кандидат педагогических наук, доцент.

Ответственный за выпуск:

- *Барышева Г.Н.*, заведующая ресурсным центром Колледжа туризма Санкт-Петербурга.

Редактор:

- *Игнатова А.А.*, методист Ресурсного центра.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЕРВЫЙ РАЗДЕЛ

«РАЗВИТИЕ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ: СТРАТЕГИИ, ИННОВАЦИИ, КОМПЕТЕНЦИИ»

<u>Аветисян Артём, Осипова Алла Юрьевна</u> СПб ГБПОУ «Колледж «Звёздный», «Экологические инновации в сфере сервиса и услуг».....	7
<u>Баланина Наталья, Шкут Дарья Андреевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Инновационные тенденции развития предприятия, сервиса и услуг».....	11
<u>Галибина Олеся, Образцова Наталья Викторовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Инновационные тенденции развития предприятий строительной сферы. Строительство в особых условиях».....	15
<u>Горкуша Валерия, Ефименко Татьяна Ивановна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Инновационные инструменты продвижения гостиничных услуг».....	19
<u>Кондратюк Богдан, Чарторижская Наталья Вадимовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Инновационные тенденции в страховании на примере российских страховых компаний».....	22
<u>Попова Дарья, Булакова Елена Евгеньевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Применение технологии ТРИЗ (теория решения изобретательских задач) в организациях сферы сервиса и услуг».....	26
<u>Сафронов Михаил, Прусова Ульяна Анатольевна</u> «Ижорский колледж», «Бережливое производство и комплекс методов научной организации труда в предприятии сферы сервиса и услуг (на примере ООО «ГФ ФУДХОЛДИНГ»)».....	30
<u>Смородникова Виктория, Тараканова Анна Николаевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Инновационные тенденции развития в сфере гостиничного сервиса».....	35
<u>Тараненко Алексей, Брызгалов Константин, Смирнова Ирина Владимировна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Инновационные тенденции развития предприятия сферы сервиса и услуг на примере ООО «Лента»».....	40
<u>Эккерт Александр, Радченко Надежда Александровна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Бережливое производство и комплекс методов научной организации труда на предприятиях строительной сферы».....	44

ВТОРОЙ РАЗДЕЛ

«КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ЗНАЧИМЫЙ ФАКТОР ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И САМООБРАЗОВАНИЯ»

<u>Ахмадалиева Алина, Власенко Дина Михайловна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности».....	47
<u>Аверьянова Ольга, Симакина Ольга Анатольевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников (консультирование в цифровой среде)».....	51
<u>Андрианова Варвара, Гаврилова Елена, Бердюгина Ирина Петровна</u> СПб ГБПОУ «Колледж «Звездный», «Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности».....	54
<u>Вьюнышев Артем, Большакова Ирина Геннадиевна</u> СПб ГАПОУ «Морская техническая академия имени адмирала Д.Н. Сенявина», «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников».....	58
<u>Иванова Полина, Гончарова Татьяна Анатольевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников (английский язык в моей профессии)».....	62
<u>Кафтаниук Александр, Большакова Ирина Геннадиевна</u> СПб ГАПОУ «Морская техническая академия имени адмирала Д.Н. Сенявина», «Популяризация профессий и специальностей через проведение соревнований конкурсного движения «Молодые профессионалы».....	66
<u>Косолапченков Кирилл, Бердюгина Ирина Петровна</u> СПб ГБПОУ «Колледж «Звездный», «Конкурсы профессионального мастерства, как значимый фактор для профессионального развития и самообразования».....	69
<u>Орлова Елизавета, Тарбеева Анастасия, Бердюгина Ирина Петровна</u> СПб ГБПОУ «Колледж «Звездный», «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников».....	73
<u>Управителиева Ольга, Яковлева Галина Константиновна</u> СПб ГБПОУ «Колледж кулинарного мастерства», «Конкурсы профессионального мастерства как значимый фактор для профессионального развития и самообразования».....	77
<u>Чудецкая Карина, Иваненкова Татьяна Евгеньевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности».....	80
<u>Чулаевская Диана, Карпенко Татьяна Алексеевна</u> СПб ГБПОУ «Колледж кулинарного мастерства», «Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности».....	85

<u>Агафонова Юлия, Беляева Дарья Сергеевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников».....	89
<u>Гульнева Елизавета, Качесова Ольга Альбертовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Конкурсы профессионального мастерства как значимый фактор для профессионального развития и самообразования».....	92
<u>Кунгер Ангелина, Широкова Лариса Викторовна</u> ГБПОУ ВО «Владимирский экономико-технологических колледж», «Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности».....	95
<u>Логинова Ксения, Афанасьева Татьяна Анатольевна</u> ГБПОУ ВО «Владимирский экономико-технологических колледж», «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников».....	98
<u>Родина Александра, Дёрова Наталья Юрьевна</u> ГБПОУ ВО «Владимирский экономико-технологических колледж», «Исследование состава, пищевой ценности, разработка технологии приготовления блюд с орехом макадамия (киндаль)».....	102
<u>Титов Артём, Блясова Галина Николаевна</u> СПб ГБПОУ «Лицей сервиса и промышленных технологий», «Популяризация профессии повар через проведение соревнований конкурсного движения «Абилимпикс»».....	107
<u>Яковлева Мария, Петрова Наталья Владимировна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Популяризация профессий и специальностей через проведение соревнований конкурсного движения «Молодые профессионалы»».....	110
<u>Фугина Ульяна, Кириенко Елена Михайловна</u> Колледж туризма Санкт-Петербург, «Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности».....	114

ТРЕТИЙ РАЗДЕЛ

«XXI ВЕК - ВЕК ВЫСОКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

<u>Ябко Никита, Файзуллоев Сухроб, Кугаро Ирина Владимировна</u> СПб ГБПОУ «Сестрорецкий технологический колледж им. С.И. Мосина».....	118
<u>Коновалова Елизавета, Игнатъева Виктория Викторовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Роботы заменяют людей в сфере обслуживания: перспективы искусственного интеллекта, проблемы этики и риски роботизации в туризме и гостеприимстве».....	122
<u>Белая Анастасия, Булакова Анна Сергеевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Эволюция электронной торговли: новые инструменты для бизнеса».....	127
<u>Зорин Александр Романович, Сорокина Елена Владимировна</u> ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия», «Правовой статус электронного чека».....	130
<u>Нефёдова Виктория, Недумова Татьяна Александровна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Особенности и проблемы делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг».....	134
<u>Сатторов Рустам, Лихорад Сергей Иванович</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Эволюция электронной торговли: новые инструменты для бизнеса».....	140
<u>Резниченко Павел, Смирнова Ирина Александровна</u> СПб ГАПОУ «Морская техническая академия им. адмирала Д.Н. Сенявина», «Электронная торговля как инструмент бизнеса».....	143
<u>Саламатова Диана Алексеевна, Ефименко Татьяна Ивановна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Особенности и проблемы делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг».....	147
<u>Судейманова Инара, Тараканова Анна Николаевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Роботы заменяют людей в сфере обслуживания».....	150
<u>Терешкина Кристина, Радзевич Ирина Даниеловна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Особенности и проблемы делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг».....	153
<u>Шаркунова Эмма, Недосвитий Наталья Владимировна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Специфика делового общения с использованием мессенджеров в сфере туризма».....	157
<u>Быстрова Наталия, Недосвитий Наталья Владимировна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Особенности функционирования туристских предприятий в послековидный период и возможности для развития».....	160
<u>Усачева Василиса, Иваненкова Татьяна Евгеньевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Дистанционное обучение – новые возможности подготовки специалистов сферы сервиса и услуг».....	163
<u>Смирнов Михаил, Кугаро Ирина Владимировна</u> СПб ГБПОУ «Сестрорецкий технологический колледж имени С. И. Мосина», «Современные реалии дистанционного обучения по специальности «Гостиничное дело»».....	167
<u>Левина Диана, Синицына Елена Владимировна</u> ГБПОУ ВО «Владимирский экономико – технологический колледж», «Оптимизация и цифровизация производственных процессов в предприятии сферы сервиса и услуг, обеспечивающих повышение уровня конкурентоспособности».....	170
<u>Большакова Софья, Гончарова Юлия, Садовская Лера Ильгизовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Дистанционное обучение – новые возможности подготовки специалистов сферы сервиса и услуг».....	174

ЧЕТВЕРТЫЙ РАЗДЕЛ
«ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО
И НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ»

<u>Гульвиченко Виктория, Комлева Ольга Георгиевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Экологические инновации в сфере сервиса и услуг, перспективы развития «зелёной логистики» в России».....	1776
<u>Богданова Анастасия, Петрова Наталья Владимировна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Эволюция электронной торговли: новые инструменты для бизнеса».....	181
<u>Гоман Александра, Семенова Анастасия, Королева Анастасия Валерьевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Экологические инновации в сфере сервиса и услуг. Синтетические деревья».....	185
<u>Коптелова Полина, Савинкина Нелли Александровна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Проблемы и пути совершенствования деятельности торговых организаций региона».....	188
<u>Копылова Анастасия, Волохова Елена Павловна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Режиссёр индивидуальных туров – профессия будущего в туризме».....	192
<u>Обухова Александра, Трубенева Татьяна Георгиевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Даксторы в торговле».....	196
<u>Платонова Ксения, Вилкова Ирина Эмилевна</u> Ижорский колледж, «Мутагены и антимутагены в пищевых продуктах».....	200
<u>Федотова Татьяна, Ковтун Лидия Вениаминовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Экологические инновации в сфере сервиса и услуг».....	204
<u>Исакова Влада, Радзевич Ирина Даниеловна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Формирование межкультурной компетенции у будущих специалистов в области сервиса и услуг».....	208
<u>Кутимов Евгений, Сытник Ирина Викторовна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Экологические инновации в строительной сфере».....	213
<u>Марковская Елизавета Сергеевна, Сорокина Елена Владимировна</u> ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия», «Формирование бюджетной системы России в 19 веке: роль М.М. Сперанского и В.А. Татаринова».....	217
<u>Власова Наталия, Радзевич Ирина Даниеловна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Развитие коммуникативной компетенции специалистов сервиса и услуг».....	223
<u>Давыдова Ирина Николаевна</u> Колледж туризма Санкт-Петербурга, «Дифференциация ценностных ориентаций студентов колледжа».....	226

ПЕРВЫЙ РАЗДЕЛ
«РАЗВИТИЕ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ:
СТРАТЕГИИ, ИННОВАЦИИ, КОМПЕТЕНЦИИ»

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ

Студент: Аветисян Артём
Преподаватель-консультант:
Осипова Алла Юрьевна
СПб ГБПОУ «Колледж «Звёздный»

Аннотация

Цель: Выявить, какие экологические инновации применяются в сфере сервиса и услуг, и как они воздействуют на окружающую среду.

Гипотеза: Можно предположить, что экологические инновации, используемые в сфере сервиса и услуг, положительно влияют на окружающую среду и обеспечивают безопасность жизнедеятельности.

Методы исследования: Ситуационный и системный анализ, синтез, обобщение справочной и научной литературы.

Сегодня становится все более очевидным, что качество жизни населения разных регионов страны во многом зависит от состояния окружающей среды. Следовательно, управление состоянием качества окружающей среды косвенным образом влечет за собой и управление качеством жизнедеятельности человека. В таких условиях введение инноваций, снижающих негативное воздействие человеческой деятельности на внешние условия, становится необходимой мерой с любой точки зрения.

Проблема потребности в инновациях становится все больше, она является глобальной и носит всеобщий характер. Необходимость перехода от классической экономики к «зеленой» уже невозможно игнорировать, в силу сложившейся экологической ситуации в мире. Мы стали потребительски относиться к природе и всем ее ресурсам, но в итоге такого отношения мы имеем множество негативных последствий, таких как загрязнение воды, воздуха и почвы, изменения климата, утрату источников природных ископаемых. В результате оценки ситуации и отрицательных тенденций, большинство развитых и развивающихся стран идут по пути «зеленой» экономики и стараются развиваться в направлении эко-инноваций.

Эко-инновациями являются любые инновации, которые способны привести к уменьшению воздействия на окружающую среду; это разработка новых товаров, процессов и систем с наименьшим использованием природных резервов и минимальными выбросами вредных веществ[1].

На сегодняшний день эко-инновации находят широкое применение в сфере сервиса и услуг, особенно эта тенденция наблюдается в индустрии гостеприимства, транспорте и общественном питании. Каждая компания стремится продемонстрировать экологическую безопасность своего продукта. С этой целью организации формируют свой экоимидж с помощью разных акций, спонсорства, выпуска пресс-релизов и информационных материалов о своей деятельности, открытой отчетности, проведения пресс-конференций, презентаций и др.

Индустрия гостеприимства является одним из основных факторов экономического развития и оказывает значительное влияние на экологию. Она производит огромное

количество отходов: от избытка продуктов питания, которые выбрасываются ежедневно, до чрезмерного и неконтролируемого использования пластика, воды и энергии. Но в современном мире потребители становятся все более и более сознательными в экологическом плане, и спрос на экологические продукты продолжает расти.

Исследования туроператора TUI показывают, что десятая часть европейских туристов уделяют внимание бережному отношению к окружающей среде и резервирует номера в экологичных отелях [2]. Также исследования компании Nielsen (глобальная компания-измеритель, которая предоставляет данные для изучения потребителей рынков) показывают, что среди молодых людей 66 % готовы платить за продукт и услуги больше, если компания ответственно относится к экологии [3]. Все это свидетельствует о том, что отелям необходимо внедрять в свою деятельность экологичные инновации и в целом становиться более «зелеными». Рассмотрим самые популярные экологичные инновации.

Здания с нулевым энергетическим балансом — это здания, которые производят столько же энергии, сколько потребляют. Такие здания вырабатывают меньшее количество парниковых газов, так как энергия вырабатывается из возобновляемых источников [4]. Например, отель «Indigo» в Дубае работает исключительно на солнечной энергии [5]. Бутик-отель «Stadthalle» в Вене использует комбинацию солнечных панелей, фотоэлектрических элементов и подземных тепловых насосов, сбор дождевой воды, светодиодное освещение и микроветряные турбины. С помощью цифровой системы управления зданием отель может контролировать и отслеживать потребление энергии.

Благодаря этим инвестициям отель имеет только 2 % расходов на энергию, в то время как другие трехзвездочные отели – 7 % [6].

Большое значение на пути к достижению устойчивого развития гостиничного предприятия имеют материалы, используемые при строительстве здания. Все большую популярность приобретает переработка и перепрофилирование используемых материалов для строительства. В отеле «Post Ranch Inn» в Биг-Суре, штат Калифорния, гости могут отдохнуть в номере, построенном из переработанных винных бочонков. Вестибюль отеля «Rimba Jimbaran» на острове Бали, Индонезия, построен из плавника и остатков старых рыбацких лодок. Роскошный 47-этажный отель «Mandarin» в Лас-Вегасе построен из 85 % переработанных материалов, что позволяет снизить выбросы парниковых газов на 40% [7].

В настоящее время индустрия питания является неотъемлемой частью как жизни общества, так и отраслей экономики. Это достигается, прежде всего, изменениями в технологиях переработки и обработки продуктов, развитием доставки, коммуникаций.

По мере того, как всё больше клиентов осознают всю серьезность экологических проблем, потребительский выбор становится всё более экологически сознательным, поскольку они покупают продукты и услуги, которые являются экологически чистыми.

По статистике 83% посетителей хотели бы, чтобы рестораны внедряли экологические инновации. Более того, свыше 65% потребителей готовы платить больше за блюда в тех ресторанах, которые внедряют экологические практики [8]. Такая тенденция побудила рестораны делать акцент на предоставлении продуктов и услуг, которые удовлетворяют потребности гостей и уменьшают экологический след. Рассмотрим самые популярные примеры экологических инноваций.

Так, первое заведение в Европе, которое полностью обеспечивает себя солнечной энергией — «Le Présage» во французском Марселе. Ресторан работает за счёт возобновляемой энергии, так же большинство блюд готовится из местных овощей. [9].

Московский ресторан северной кухни «Vjörn», который позиционирует себя как zero waste (от англ. — «ноль отходов»). В заведении разделяют отходы, отказываются

от перерабатываемой упаковки и заказывают продукты напрямую у поставщиков и фермеров. Кроме того, здесь используют светодиодное освещение, датчики присутствия и таймеры, энергоэффективное оборудование, смесители с аэраторами, которые насыщают воду пузырьками воздуха и позволяют сокращать ее расход на 60% [10].

По мнению авторитетных организаций, до 25 % всех загрязнений среды вызывается транспортом. Опасными являются выхлопные газы, содержащие угарный газ, тяжелые металлы, а также вещества кислотной и щелочной групп, связанные с работой двигателя внутреннего сгорания (ДВС).

Достаточно рациональным решением экологи считают электромобили. Так, почти 75 % продаваемых автомобилей в Норвегии являются электромобилями. Уже выпущено много моделей, например Tesla, Chevrolet, Nissan.

Выпущены автобусы, источником движения которых служит проложенный под дорогой кабель. Электричество подается на кабели индукционно. Такие автобусы используются в Париже, парках Америки, Японии.

Предлагаются инновационные, а порой почти фантастические идеи перемещения пассажиров: гиперпетля (Hyperloop Transportation Technologies), атомные автомобили, гиропоезда, гирокары, работающие за счёт солнечной энергии и др.

Таким образом, распространение инноваций в глобальном масштабе способствует решению не только экономических проблем, но и, что более важно, экологических.

Ориентированное целенаправленное развитие в направлении «озеленения» и поиска устойчивости благоприятно скажется на целой совокупности социальных факторов, от которых, напрямую, зависят ключевые позиции оценки уровня и качества жизни населения.

Результаты: в сфере индустрии гостеприимства были выявлены основные экологические инновации: возобновляемые источники энергии, которые позволяют снизить потребление электричества, а также использование перерабатываемых материалов, уменьшающих выбросы парниковых газов на 40%. В сфере общественного питания основными тенденциями являются солнечная энергия, датчики, контролирующие использование оборудования, и смесители для воды, которые снижают её расход на 60%. В сфере транспортных услуг основной тенденцией является электрификация транспорта.

Выводы: по результатам исследований, можно сделать вывод, что существует множество экологических инноваций в разных областях сферы сервиса и услуг, которые положительно влияют на окружающую среду и обеспечивают безопасность жизнедеятельности.

Список использованной литературы:

- [1] *Беляева Е.А.*, Экологические инновации как направление развития рынка экологических товаров и услуг в концепте «зелёной» экономики. - <https://qje.su/rekreacia-i-turizm/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-11-2020-52/>
- [2] *TUI.*, Sustainable tourism most popular among German and French tourists. - <https://www.tuigroup.com/en-en/media/press-releases/2017/2017-03-07-tui-survey-sustainable-tourism>
- [3] *Nielsen.*, *The sustainability imperative.* - <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2015/the-sustainability-imperative-2/>
- [4] *Hotel Executive.*, Net Zero Energy: Why Sustainable Cities Need Sustainable Hotels. - https://www.hotelexecutive.com/feature_focus/5625/net-zero-energy-why-sustainable-cities-need-sustainable-hotels

- [5] *Hospitality Net.*, What Is Green Lodging and Why Is It Important. - <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4094772.html>
- [6] *Green Hospitality.*, Net-zero hotels. - <https://www.greenhospitality.io/post/net-zero-hotels>
- [7] *Hospitality Net.*, What Is Green Lodging and Why Is It Important. - <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4094772.html>
- [8] *PMQ Pizza Magazine.*, Survey: Consumers Want Restaurants to Do More for the Environment. - <https://www.pmq.com/survey-consumers-want-restaurants-to-do-more-for-the-environment/>
- [9] *Travel Tomorrow.*, This French restaurant uses only the sun energy to cook. - <https://traveltomorrow.com/this-french-restaurant-uses-only-the-sun-to-cook/>
- [10] *Björn.*, Первый zero waste ресторан в России. - <https://bjorn.rest/upload/eco.pdf>

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СЕРВИСА И УСЛУГ

Студентка: Баланина Наталья

Преподаватель-консультант:

Шкут Дарья Андреевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Ключевые слова: ключ, мобильная регистрация, телефон

Индустрия сервиса и туризма многогранна и требует применения самых разнообразных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы туристской фирмы, гостиницы до использования глобальной компьютерных сетей. Поэтому современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу гостиничного бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности любого туристского предприятия. Информационные технологии и системы предназначены для использования в управлении различными объектами и совершенствования процесса принятия управленческих решений.

Мобильная регистрация в отеле — это функция, которую используют многие отели, и с каждым днем она становится все более распространенной. Это работает следующим образом: когда Вы бронируете номер в нужном отеле, Вы можете выбрать, хотите ли Вы использовать мобильную регистрацию по прибытии.

Когда вы приедете в отель, Вы должны подойти к двери своего номера и разблокировать свой номер в отеле с помощью телефона. Но есть также некоторые вещи, которые люди не знают о мобильных регистрациях, но им следует знать. Они будут удивлены тем, сколько они могут сэкономить времени, используя их.

В своей работе я Вам расскажу для чего нужна мобильная регистрация и что это такое.

Это способ зарегистрироваться в отеле, не ожидая очереди и не заполняя форму. Эта удобная услуга позволяет использовать смартфон для доступа к тем же функциям, что и при обычной регистрации, включая резервирование мест, поиск близлежащих достопримечательностей, ресторанов и прокладку маршрутов, но без необходимости сначала останавливаться на стойке регистрации.

После того, как Вы забронируете отель, который поддерживает мобильную регистрацию, отель отправит на ваш телефон текстовое сообщение с номером комнаты и именем человека, проживающего в номере. Вы можете использовать это для онлайн-регистрации с помощью телефона.

Мобильная регистрация в отеле работает по электронной почте, отправляя информацию о бронировании в отель. При регистрации в отеле, который предлагает эту услугу, все, что вам нужно сделать, это указать свое имя и адрес электронной. Администрация отеля отправит электронное письмо со штрих-кодом, который позволит гостям войти в номер (также доступ может быть предоставлен при позднем выезде). Вы также можете использовать этот штрих-код при выезде из отеля; отсканируйте его при выезде и уходите, больше никогда не проходя через стойку регистрации.

В настоящее время эта функция доступна в нескольких отелях:

- **Отель Экскалибур:** Отель в Лас-Вегасе. Все, что нужно сделать гостям, это загрузить приложение из Google Play или iTunes и войти в систему, используя свои адреса электронной почты, до прибытия в отель.
- **ЛЮКСОР ОТЕЛЬ:** Luxor Hotel & Casino в Лас-Вегасе использует мобильную регистрацию. Процесс занимает около 15 секунд и позволяет гостям идти прямо из машины или такси в свои номера, не дожидаясь очереди.
- **Юниверсал Отели:** Приложение Universal Hotel позволяет гостям регистрироваться на своих телефонах до прибытия в номер отеля; они будут иметь доступ к специальным предложениям и другим привилегиям во время пребывания в отеле.

В чем преимущества мобильной регистрации в отеле?

- **Преимущества отеля.** Мобильная регистрация дает отелям возможность сократить расходы, связанные с распечаткой и отправкой ключей от номеров, что означает, что они могут сэкономить деньги на операционных расходах.
- **Привилегии для гостей отеля.** Гостям, выбравшим мобильную регистрацию, будет легче найти свою комнату, поскольку им не нужно стоять на стойке регистрации в ожидании ключей.
- **Преимущества для персонала отеля.** Мобильная регистрация сократит время ожидания и повысит эффективность обслуживания. Она делает работу сотрудников менее напряженной, гости могут делать больше самостоятельно, не нуждаясь в помощи сотрудников на каждом этапе.

Хотя мобильная регистрация является отличным вариантом для многих, но есть несколько недостатков, которые следует учитывать.

- **Конфиденциальность:** Отели могут получить доступ к вашему номеру телефона и адресу электронной почты при использовании этой услуги. Они могут использовать эти две части информации, чтобы отслеживать вас в своем отеле, предлагать специальные акции при будущих посещениях или даже отправлять рекламные электронные письма другим предприятиям
- **Кража личных данных:** Некоторые отели полагаются на сторонние сервисы, которые содержат номера кредитных карт и другие конфиденциальные финансовые данные при совершении покупок в магазине приложений или Google Play (для устройств Android). Это увеличивает риск кражи личных данных, если кто-то взломает эти базы данных.
- **Низкий заряд батареи телефона.** Если в вашем телефоне разрядился аккумулятор, а вы уже зарегистрировались, вы застрянете с пропущенным бронированием и не сможете связаться с отелем.
- **Проблемы с интернетом.** При бронировании онлайн или, когда вы идете забирать ключи от номера на стойке регистрации, может быть отключение интернета.
- **Меньше общения между людьми.** С мобильной регистрацией отелям не потребуется столько сотрудников; вместо этого они будут больше полагаться на такие технологии, как планшеты и компьютеры.
- **Для мобильной регистрации в отеле требуется новое программное обеспечение** для гостиниц для реализации. Эта технология является дорогостоящей и не всегда доступна или доступна для небольших отелей.
- **Отключение электроэнергии может привести к значительным сбоям**

- **Внедрение мобильной регистрации потребует обновленных правил стойки регистрации.**

Для мобильной регистрации в отеле вам не нужно показывать свое удостоверение личности. Большинство отелей рады принять кредитную или дебетовую карту по телефону. Вы должны позвонить на стойку регистрации и сообщить им всю свою информацию (имя, адрес). Персонал подтвердит, что все проверено, и сообщит вам, когда ваш номер будет готов.

В большинстве отелей мобильная регистрация осуществляется одним из следующих способов:

- **Покупка программного обеспечения для мобильной регистрации в отеле.** Это отличный вариант, если у вас нет ИТ-отдела и вам нужно быстро приступить к работе.
- **Покупка системы блокировки отеля поддерживает мобильный вход.** Если у вас уже есть система блокировки дверей отеля установлен, это может быть отличным способом для гостей использовать свои телефоны, чтобы зарегистрироваться в гостиничных номерах. Однако имейте в виду, что некоторые старые системы могут не поддерживать эту функцию или требовать дорогостоящих обновлений перед ее добавлением. Вы можете просмотреть наш мобильный телефон ShineACS Отельная система блокировки Bluetooth для мобильной регистрации в отеле.
- **Имейте мобильное приложение для регистрации** это позволяет гостям использовать свой телефон в качестве ключа от номера.
- **Сделайте мобильную систему регистрации в отеле онлайн.** Это означает, что приложение будет доступно для загрузки и использования пользователями без доступа к интернет-браузеру. После загрузки они смогут легко получить доступ ко всем функциям, находясь в дороге.
- **Рекламируйте услугу мобильной регистрации в отеле** чтобы люди знали об этом до прибытия в ваш отель.

Мобильная регистрация проста в использовании, но не может быть очень понятной в первый раз. Самое главное, что нужно помнить, это то, что вам нужна бронь в отеле, в котором вы остановились — если у вас ее нет, мобильная регистрация вам не подойдет. Вот что вам нужно сделать:

- **Забронируйте отель, пройдите мобильную регистрацию** и получите данные для входа в систему для мобильной регистрации в отеле. Это доступно на большинстве сайтов и приложений. Вы получите всю информацию, необходимую для использования этой функции, после бронирования.
- **Скачайте приложение и авторизуйтесь** используя свой номер телефона, адрес электронной почты и пароль, предоставленные отелем.
- Когда все будет готово, откройте приложение, когда придет время регистрации, и нажмите «Я прибыл» в разделе «Мобильная регистрация отеля».
- В гостинице, **используйте свой телефон в качестве ключа, чтобы войти в вашу комнату!**

После того, как вы окажетесь в номере отеля и откроете мобильное приложение для регистрации на своем телефоне (или планшете), выполните следующие действия:

- Выберите «Регистрация»

- Введите действующий номер кредитной карты для оплаты любых непредвиденных расходов, возникших во время вашего пребывания (это не требуется при оплате наличными).
- Введите личную информацию, такую как имя, адрес и дату рождения

После выполнения этих шагов появится сообщение «Вы зарегистрировались в [название отеля]».

Список используемой литературы:

[1]. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490903> (дата обращения: 21.11.2022)

[2.] Винсент Чжу, "Мобильная регистрация в отеле: почему это важно и как этого добиться?", Официальный сайт Компании Dongguan Yangyuan Technology Co., Ltd. - <https://www.acslocks.com/ru/hotel-mobile-check-in/> (дата обращения: 21.11.2022)

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ. СТРОИТЕЛЬСТВО В ОСОБЫХ УСЛОВИЯХ

*Студентка: Галибина Олеся
Преподаватель-консультант:
Образцова Наталья Викторовна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Цели, задачи исследования:

1. Определить несущие способности грунтов СПб лабораторными исследованиями.
2. Выявить наиболее подходящие технологии.
3. Привести примеры нового строительства на заболоченных грунтах.

Человечество испокон веков стремилось ввысь. В первую очередь это касается крупных мегаполисов, где земля очень дорогая, а плотность населения растёт с каждым днём. Как известно, самое высотное строительство в Москве, где и находились первые столичные небоскрёбы. В северной столице строить слишком высокие здания не приходится из-за особенностей ландшафта и грунта. Однако Санкт-Петербург занимает первое место в рейтинг небоскрёбов России.

Пригоден ли грунт в Петербурге для зданий-тяжеловесов? Если нет, то какие технологии позволяют все же сказать „да“? Если да, то откуда тогда взялось представление про „болото“? Предлагаем разобраться в этом. Начнем с грунтовой обстановки в городе — ведь именно она являет благодатную почву для „болотных споров“. Строительный парадокс Петербурга: вода в грунте не враг, а союзник.

Первое, что приходит в голову при обсуждении вопроса о несущей способности грунтов — это обратится к исторически сложившемуся опыту. Как „на болоте“ отстроили целый город?

Итак, Санкт-Петербург возник на ровных, «мшистых, топких берегах» дельты Невы. Точней не скажешь — до 75% территории, разлинованной под создание Северной Венеции, было заболочено.

Вроде бы с грунтами действительно „не повезло“. Но строители тогда об этом сильно не задумывались — просто строили, благо, добытые опытным путем методы позволяли. Методы перенимали в том числе из любимой Петром Голландии, где с грунтом было не лучше, а со зданиями — все в порядке.

Петербургское строительство начиналось с лежневых фундаментов из дубовых бревен, которые предварительно вымачивали — то есть „морили“ в воде для повышения прочности древесины. Мореные сваи длиной 6-8 метров вбивали в грунт, для его уплотнения, и покрывали „свайное поле“ деревянным же настилом.

Другой вариант петербургских фундаментов – в траншею на основу из лежней укладывали бутовый камень (известняк, гранит). Уже наши современники выяснили, что водонасыщенная почва для такого рода фундаментов — не враг, а союзник. Грунтовые воды оберегают деревянные сваи и лежни от разрушения, препятствуя соприкосновению с воздухом. Во времена, когда здания возводились, строители этого еще не знали. Выходит, что простоять века петербургским постройкам помог „плохой“ грунт. Вот такой парадокс.

По сей день большинство зданий исторического центра стоят на фундаментах таких типов. Вы не ошибетесь, если предположите деревянные лежни или бутовый камень под домами на Исаакиевской площади, Невском проспекте.

Два века петербургские здания росли не выше отметки 23,4 м. Красная линия — карниз Зимнего дворца. Нарушитель — Исаакиевский собор, чья высота 101,5 м превысила регламент в 4 раза.

Он же, с весом в 300 тысяч тонн, стал пионером в супертяжелой категории. Творение Монферрана доказало, что строить высокое и тяжелое можно даже на слабом грунте.

Ключевой момент — массивность конструкций храма обеспечила ему высокую пространственную жесткость. Стены собора в толщину — от 2,5 до 5 м, своды — 1,25 м. Пирамидальность помогла распределить давление постройки на грунты. Типичный грунт в пойме Невы имеет такие напластования (цитируется по д.т.н, проф. Алексееву С.И.):

1. Техногенные отложения мощностью 2-3 м.
2. Дельтовые отложения мощностью до 5-6 м.
3. Морские отложения мощностью до 12-16 м.
4. Ледниковые моренные отложения в виде суглинков и супесей тугопластичной консистенции, расположенные на глубине от 20 м.

Петербург находится в зоне сочленения Балтийского щита и Русской платформы.

В пределах Петербурга кристаллический этаж залегает глубоко — от минус 140 м в Курортном районе до минус 300 м на юге города.

Как средю размещения подземных объектов этот этаж пока не рассматривают, по понятным причинам — слишком глубоко.

Итак, в северной и центральной частях города под четвертичным слоем залегают верхнекотлинские глины верхнего венда. Они же есть и на юге, под нижнекембрийским слоем. Верхнекотлинские глины представляют собой плотные твердые алевроитовые тонкослоистые разности зеленовато-серого цвета. Они — наиболее устойчивая из доступных среда для размещения подземных сооружений. И ничего общего с „болотом“.

Именно в верхнекотлинских глинах проложены глубокие канализационные коллекторы, там же — основная часть тоннелей и станций петербургского метро.

Петербург находится в зоне сочленения Балтийского щита и Русской платформы. В пределах Петербурга кристаллический этаж залегает глубоко — от минус 140 м в Курортном районе до минус 300 м на юге города.

Лабораторные исследования заторфованных грунтов в конечном итоге предоставляют раскрытую информацию о физических и механических свойствах отобранного образца. На основании этих данных и с учетом прогнозирования возможных изменений геологических условий проектировщики предпринимают возможные проектные решения для строительства. Конечно, заторфованные грунты составляют немалую проблему для устройства фундамента. Но надо учитывать и тот факт, что на 20% территории нашей страны расположены именно эти грунты, тогда просто следует своевременно провести геологические изыскания и сделать правильный выбор с типом фундамента и другими техническими вопросами по строительству.

Конечно, эталонным для высотного строительства считается скальный грунт. В Петербурге, как мы установили, до скального основания (это нижний „этаж“ Русской платформы) — в среднем, 200-метров и его невозможно использовать в качестве несущего слоя.

Петербург — не единственный город, где приходится строить, опираясь на осадочные отложения. Прекрасно чувствуют себя на таком основании небоскребы Франкфурта-на-Майне и Берлина. Слабы грунты и в Китае.

Самое высокое здание в Европе общественно-деловой комплекс «Лахта центр» строится в Приморском районе Санкт-Петербурга, на побережье Финского залива.

Основой всего сооружения является коробчатый фундамент. Из-за того, что верхний слой грунта водопроницаем и обводнен (ведь залив совсем рядом - уровень грунтовых вод составляет полметра) надо было создать защищенное пространство. Поэтому по всему периметру здания возвели из железобетона «стену в грунте» на глубину 31 м. Она изолировала весь котлован, водопритоки при откопке работе не мешали.

Впоследствии «стена в грунте» послужит дополнительной защитой подземной части здания от грунтовых вод.

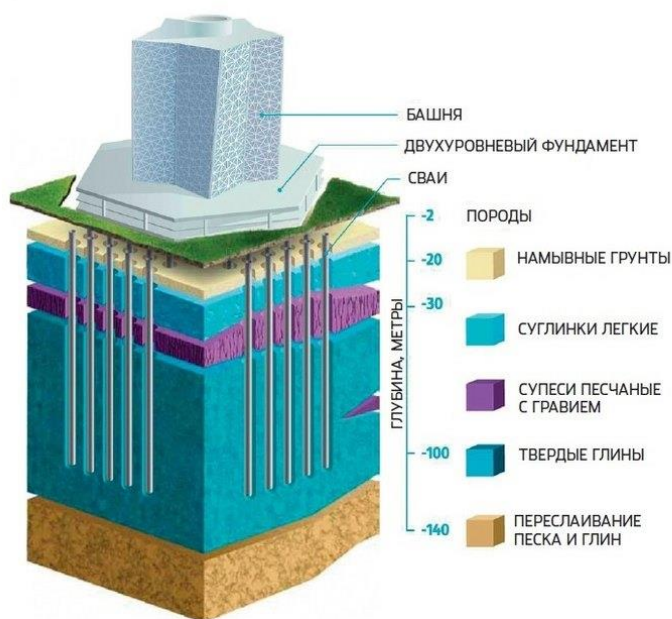


Рисунок 1. Технология «стена в грунте»

На рисунке можно увидеть районы Санкт-Петербурга и Ленинградской области, которые занимают высокие места в топ 100 по этажности новостроек.

Мурино, 18 этаж



Новое Девяткино, 19 этаж



Кудрово, 22 этаж



Санкт-Петербург, 17 этаж



Бугры, 12 этаж

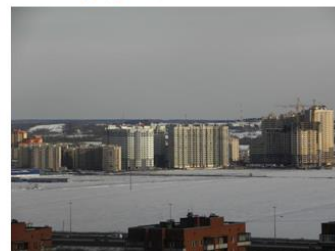


Рисунок 2. Примеры новостроек на болотах

Конечно, высотное строительство в России непрерывно развивается. В крупных городах продолжают строить рекордной высоты небоскрёбы на зависть всему миру.

Список используемой литературы:

- [1]. Лахта Центр, "Как построить небоскрёб на болоте?" - <https://dzen.ru/media/lakhtacenter/kak-postroit-neboskreb-na-bolote-5b85635c47174c00aab19428> (дата обращения 20.11.2022)
- [2]. Блог компании Лахта Центр, "Как построить небоскрёб на болоте?" - <https://habr.com/ru/company/lakhtacenter/blog/370071/> (дата обращения 20.11.2022)

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

*Студентка: Горкуша Валерия
Преподаватель-консультант:
Ефименко Татьяна Ивановна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Высокая конкуренция в гостиничном бизнесе российских мегаполисов требует от участников этого сегмента рынка постоянного поиска новых путей развития. Многие эксперты отмечают реализацию инновационных подходов в организации деятельности гостиничных предприятий [1],[2]. Одним из инновационных направлений развития гостиничного бизнеса называют применение новых способов привлечения клиентов путем продвижения услуг в сети Интернет. При этом ключевой проблемой такого продвижения остается выбор платформ для осуществления взаимодействия с потенциальными потребителями.

Цель данной учебно-исследовательской работы – разработать рекомендации по подбору порталов сети Интернет для размещения информации о гостиничных услугах на основе SEO-анализа.

Гипотеза исследования заключалась в предположении, что выбор порталов сети Интернет для размещения информации о гостиничных услугах и привлечения клиентов будет эффективным, если его осуществлять на основании SEO-анализа.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- изучить инструменты продвижения гостиничных услуг в сети Интернет;
- провести сравнительный анализ порталов сети Интернет;
- выработать рекомендации по подбору портала для размещения информации о гостиничных услугах.

В ходе исследования применялись такие **методы**, как анализ; синтез; сравнение.

Изучение теоретических источников позволило определить инструменты анализа эффективности продвижения сайтов. Как отмечается в статье ADS Group, «стратегия успешного продвижения веб-портала заключается в его соответствии установленным требованиям алгоритмов ранжирования. SEO анализ сайта – это подробный разбор онлайн-ресурса, который проводится с целью его продвижения и общего улучшения (удобный функционал, простота использования и так далее). Аудит позволяет не только продвинуть ресурс в топовые позиции, но и усовершенствовать его клиентоориентированность и содержание в целом» [4].

Для проведения SEO-анализа в контексте охвата потенциальных клиентов был использован ресурс, на котором в прошлом году было размещено электронное издание, разработанное авторами статьи, и платформа vk.com.

При помощи бесплатного сервиса продвижения сайтов на портале <https://pr-cy.ru/> была проверена посещаемость и география посетителей указанных порталов. Результаты аудита приведены на рис. 1-4.

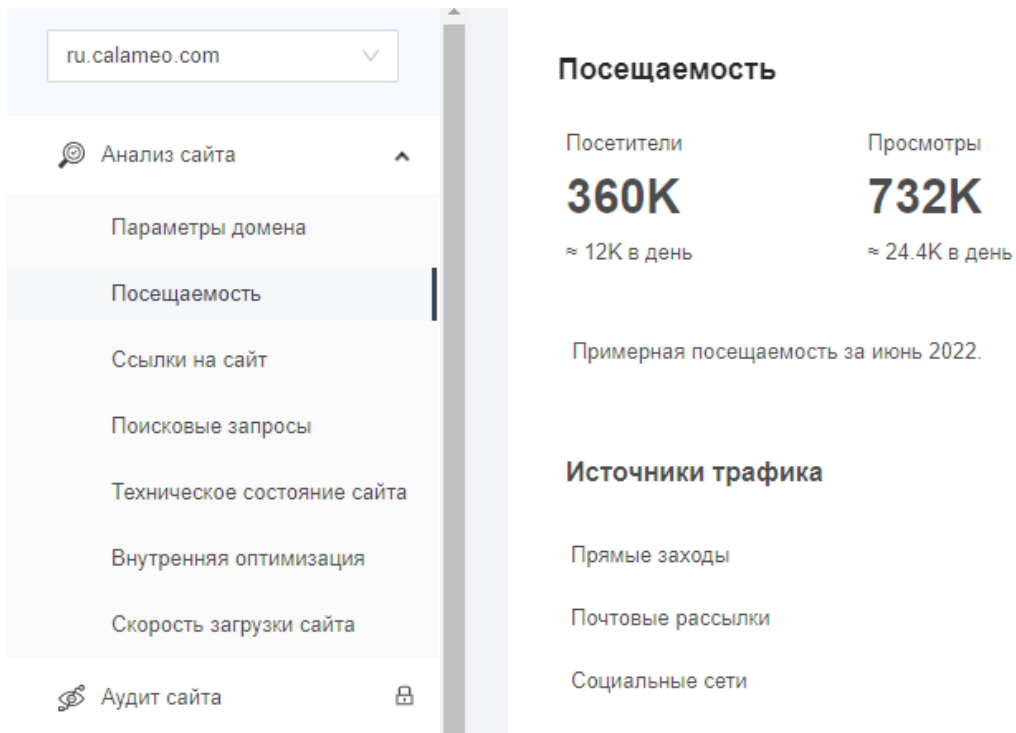


Рисунок 1. Посещаемость портала ru.calameo.com

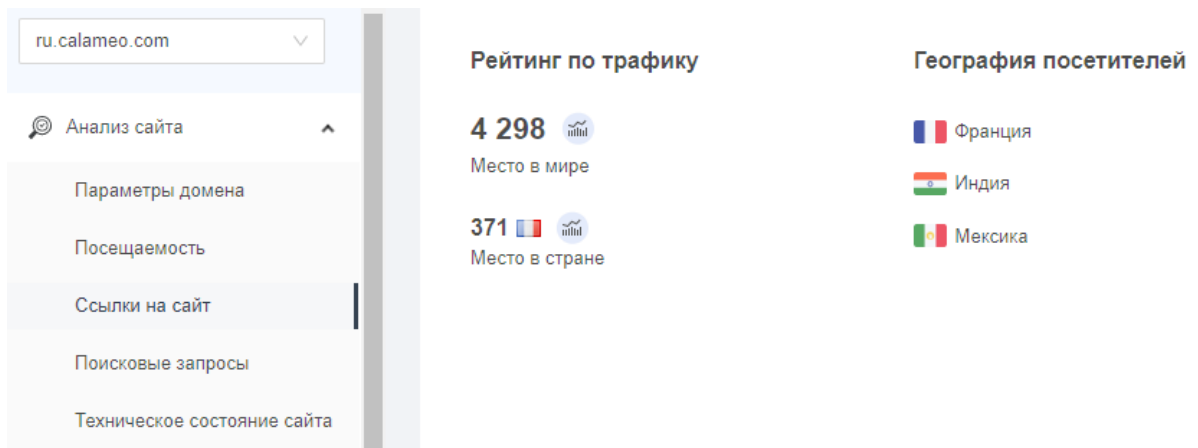


Рисунок 2. География посетителей портала ru.calameo.com

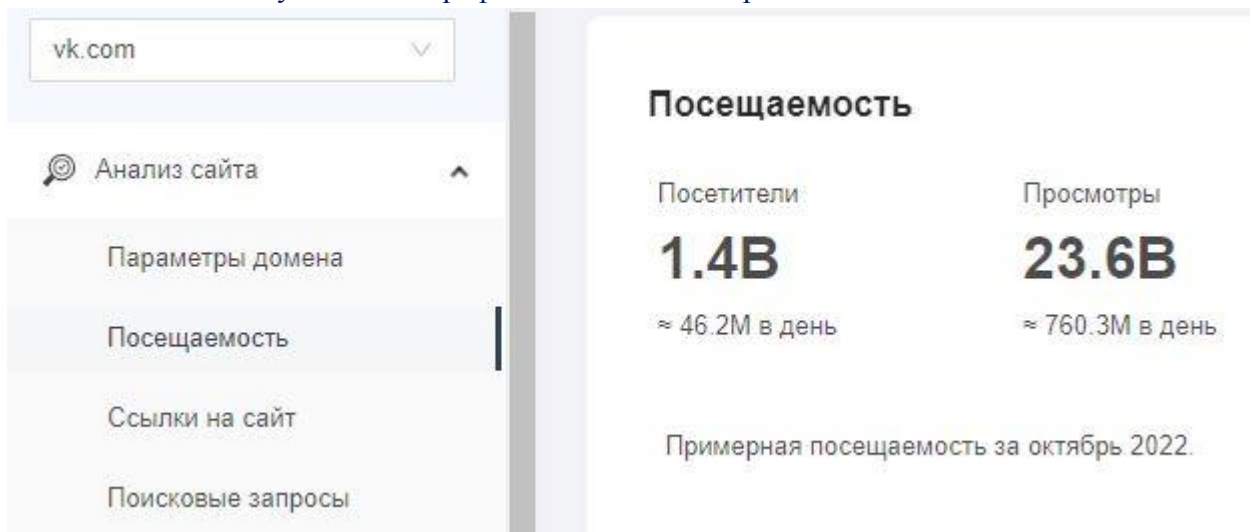


Рисунок 3. Посещаемость портала vk.com

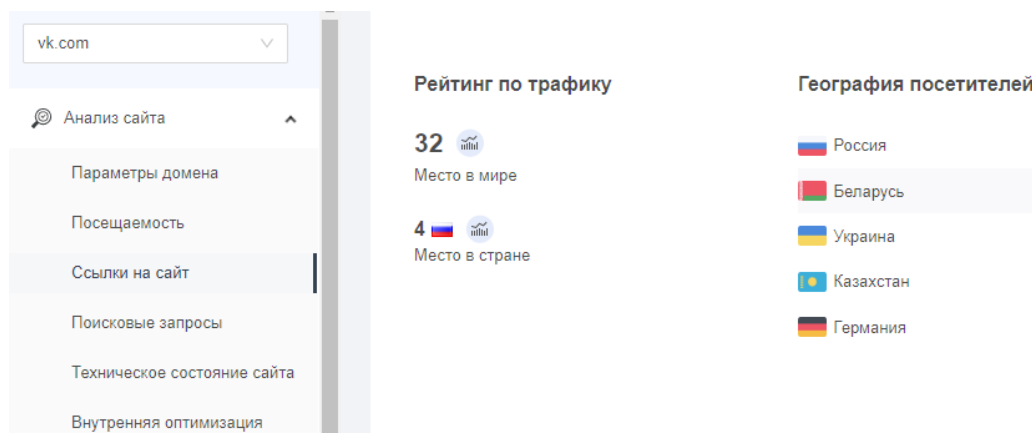


Рисунок 4. География посетителей портала vk.com

Благодаря проведенному аудиту, было выявлено, что география посетителей электронного издания на портале ru.calomeo.com не соответствует ожидаемой.

Большинство посетителей этого портала находятся за пределами России, в то время как портал vk.com занимает в России четвертое место по посещаемости. Рейтинг по трафику портала ru.calomeo.com также уступает vk.com.

SEO-анализ всего по двум критериям позволил определить ошибки в выборе портала для размещения информации. При детальном SEO анализе можно будет понять причину ошибок, приводящих к низкой привлекательности страниц портала для поисковых роботов, а, значит, к уменьшению посещаемости целевой аудиторией. Такой анализ лучше заказать в ИТ-компании.

В ходе исследования были разработаны следующие рекомендации для гостиничных предприятий по использованию инструментов SEO-анализа:

1. Выбор объектов анализа (порталов) для сравнения.
2. Определение показателей, по которым планируется производить сравнение (посещаемость, география посетителей, целевые сегменты и т.п).
3. Структурирование информации о порталах (доменное имя, показатели)
4. Выбор ИТ-компании для проведения SEO-анализа.

Применение таких инновационных инструментов, как SEO-анализ, в определении порталов размещения информации о гостиничных услугах или улучшении собственных сайтов отелей позволит увеличить число целевых посещений, и соответственно – продаж.

Список используемой литературы:

- [1] *Иванова А.Н.*, Развитие инновационных процессов в гостиничном бизнесе. – <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsionnyh-protssesov-v-gostinichnom-biznese/viewer>
- [2] *Рубцова Н.В.*, Инновации в индустрии гостеприимства. – <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-industrii-gostepriimstva/viewer>
- [3] Электронное издание «Weekend в Гатчине». – <https://www.calameo.com/read/006991203c3191b6c0c1e>
- [4] Яндекс.Дзен. - <https://dzen.ru/media/id/5b17bb1d380d8f4b53e842c7/chtotakoe-seo-analiz-saita-5c62ddd5ae6f0200adeabb77>

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СТРАХОВАНИИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

*Студент: Кондратюк Богдан
Преподаватель-консультант:
Чарторижская Наталья Вадимовна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Аннотация

В данном исследовании рассмотрены направления инновационной деятельности российских страховых компаний по предоставлению страховых услуг и применению новых технологий в реализации страховой деятельности. Показана перспективность введения инноваций на примере отечественных страховых компаний, отмечены причины замедления внедрения инноваций в страховом бизнесе.

Целью исследования является изучение инновационных тенденций в страховании на примере российских страховых компаний.

Для достижения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

- Рассмотреть основные виды инновационных тенденции в страховании.
- Проанализировать роль мобильных приложений в реализации страховых продуктов
- Выявить сдерживающие факторы использования инновационных подходов в страховании.

Гипотеза исследования заключена в том, что качество страхования в России напрямую зависит от развития и внедрения инноваций в страховую деятельность.

Методами исследования для решения поставленных задач являются сравнительный, логический и статистического анализа, а также анализ структуры, динамики и графической интерпретации информации.

Актуальность темы определяется тем, что спектр осуществления инновационной деятельности, создание инновационного продукта неисчерпаем. В любой сфере, на самых различных этапах и фазах производственного процесса, результатом которого является создание блага с новыми полезностями или с меньшими издержками, более полно удовлетворяющими потребности человека, может быть получена инновация.

Совершенствование страхового дела, повышение его эффективности и обеспечение увеличения вклада в создание ВВП и устойчивости предпринимательства должно базироваться на применении различного рода инноваций в страховании; выявлении и устранении причин, порождающих проблемы и тормозящих разработку и внедрение инновационных подходов в столь специфической сфере.

Составным элементом рынка современной национальной экономики нашей страны является страховой рынок. Его появление порождено необходимостью обеспечения общества в защите от случайных опасностей и угроз.

Совершенствование деятельности страховых организаций должно осуществляться на инновационной основе.

Инновации в страховании представляют собой коммерческие, технические, финансовые, организационные и социальные изменения в обществе и государстве, которые влекут создание нового страхового продукта (см табл.).

Таблица. Классификация инноваций в страховании.

Коммерческие (рыночные)	Технические	Финансовые	Организационные	Социальные
<ul style="list-style-type: none"> Создание новых товаров в связи с интеллектуальным развитием общества; Создание новых страховых продуктов с целью удержания и расширения доли страховщика на рынке; Введение новых обязательных видов страхования. 	<ul style="list-style-type: none"> Использование новых технологий и новой техники; Развитие Интернета и IT-систем позволило выпускать страховые полисы в электронном виде; Развитие мобильных приложений. 	<ul style="list-style-type: none"> Открытие новых видов страховых рисков в финансовой сфере, в том числе риска неполучения прибыли. 	<ul style="list-style-type: none"> Проведение организационных новшеств, которые существенно влияют на ценность продукта для клиента, в том числе: предоставление дополнительных сервисных услуг клиенту в рамках уже существующих страховых продуктов; 	<ul style="list-style-type: none"> Освоение нового рынка сбыта: создание страховых продуктов, направленных на удовлетворение специфических запросов страхователей

В последние годы цифровизация становится массовым явлением, при котором благодаря информационным технологиям изменяются традиционные способы взаимодействия продавца и покупателя. При этом происходит как улучшение самого производственного процесса, так и создание абсолютно новых элементов, обеспечивающих рост предприятия.

Важнейшим направлением для инновационного и технологического развития российских страховых компаний в течение последних лет является внедрение сложных интеллектуальных систем в ключевые бизнес-процессы компании.

Благодаря использованию технологий искусственного интеллекта и машинного обучения в нашей стране появился рынок онлайн-страхования, который является особой формой экономических отношений между страхователем и страховщиком, в котором страховые продукты реализуются посредством сети Интернет и урегулирование убытков происходит за счет использования цифровых технологий.

Внедрение инновационных технологических позволяют усовершенствовать все аспекты деятельности страховой компании. К примеру, в нашей стране в последние годы получило широкое развитие онлайн страхование.

Основной инновационной тенденцией любой страховой компании является ее сайт, при помощи которого любой человек может:

- составить, не выходя из дома, общее представление о страховом рынке и страховщике, его услугах;
- провести самостоятельный расчет страховых тарифов с помощью страхового калькулятора;
- заключить договор страхования и внести страховой взнос через интернет;

- получить онлайн сопровождение страхового договора;
- посмотреть содержимое полиса и страховую выплату.

Также получило широкое распространение страховое мобильное приложение в котором любой человек может совершить огромное количество операций.

Возможности мобильного приложения страховой компании:

- Доступ к личному кабинету;
- Просмотр действующих договоров;
- Справка о безаварийной езде;
- Копию действующих полисов;
- Оплатить полис через sberpay
- Обращение с заявлением о страховом случае;
- Инструкция действий после наступления страхового случая;
- Обжалование решения страховщика;
- Отслеживание состояния рассмотрения заявления.
- Поиск отделения/страхового агента;
- Информация об акциях и персональных предложениях
- Возможность приобрести в один клик:
 1. Туристическое страхование
 2. ОСАГО
 3. ДМС

Удобное мобильное приложение поможет быстрее купить полис и урегулировать страховой случай. Был составлен рейтинг приложений, который поможет клиентам выбрать страховщика. Рейтинг основан на отзывах пользователей, оценки выставлены по пятибалльной шкале.

В рейтинг вошли мобильные приложения 7 страховых компаний с самыми большими суммами выплат в России за период со второго квартала 2020 года по второй квартал 2021 года. Учитывались все виды страхования, кроме накопительного страхования жизни. Учитывались приложения, где можно воспользоваться не только ДМС, но и другими страховыми полисами. Была посчитана средняя оценка приложений в App Store и Google Play по данным, а потом проранжировал от большей оценки к меньшей. В рейтинг были включены приложения со средним баллом не менее 3.

В результате исследования были выявлены самые удобные мобильные приложения страховых компаний.

Это:

- 1 место — «РЕСО Мобайл»
- 2 место — «АльфаСтрахование Мобайл»
- 3 место — «СОГАЗ — здоровье и страхование»
- 4 место — «ВСК Страхование»
- 5 место — «Ингосстрах IngoMobile»
- 6 место — «Согласие Страхование»
- 7 место — «Югория»

1 место заняла компания «РЕСО Мобайл». Ее рейтинг на AppStore — 4,7; на Google Play — 4,3. Средняя оценка — 4,5.

Это приложение от компании РЕСО-Гарантия. Она предлагает полисы по многим видам страхования: ОСАГО, каско, ДМС, туристическое, спортивное, имущественное, ипотечное. Однако купить полис в приложении нельзя — пока оно работает только на

урегулирование. В нём можно сообщить о наступлении страхового события, записаться на ремонт авто или к врачу, задать вопросы личному страховому консультанту.

Несмотря на все преимущества, к основным сдерживающим факторам использования инновационных подходов в страховании следует отнести:

- неэффективное управление
- слабая развитость инфраструктуры страхового рынка
- отсутствие планирования инновационной деятельности
- низкий уровень квалификации и профессионализма кадров
- недоиспользование потенциала маркетинговых исследований

Подводя итог к всему вышесказанному мной были сделаны следующие выводы:

- Инновации в страховании в России развиваются ускоренными темпами. Увеличивается количество новых возможностей для страхователей, предоставляемых страховыми компаниями. В связи с этим возрастает роль и культура страхования.
- Инновации в страховой сфере России должны быть направлены на повышение ценности страховых услуг, более полном соответствии страхового продукта потребностям страхователя.
- Инновационное развитие страховой деятельности направлено на создание возможностей реализации страхового продукта.
- Для повышения эффективности функционирования страховых организаций, увеличения их вклада в обеспечение защищенности и устойчивости развития хозяйствующих субъектов необходимо дальнейшее совершенствование инновационного развития страховых организаций.

Список используемой литературы:

- [1]. Жилкина А. Н. Инновационный подход в управлении страховым бизнесом: монография. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. — 126 с.
- [2]. Аксютин С.В. Трансформация страхования: инновационные продукты и технологии. - <https://1economic.ru/lib/100463>
- [3]. Белозеров С.А., Калайда С.А., Чернова Г.В. Современные факторы развития российского страхового рынка // Страховое дело. № 6 (303). 2018. С. 31–35.
- [4]. Бедердинова А.И., Калайда С.А., Прилепкина И.А. Современное онлайн-страхование в России. - <https://1economic.ru/lib/113866>
- [5]. Коваленко А. В., Филатов В. В. Стратегические аспекты страхового маркетинга инноваций на региональном рынке услуг в современных условиях. -<https://www.mir-nauka.com/jour/article/viewFile/508/512>
- [6]. Литовченко Д. Е. Агенты и «цифра» – не противники, а союзники. - <https://www.insur-info.ru/comments/1434/>

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ТРИЗ (ТЕОРИЯ РЕШЕНИЯ ИЗОБРЕТАТЕЛЬСКИХ ЗАДАЧ) В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ

*Студентка: Попова Дарья
Преподаватель-консультант:
Булакова Елена Евгеньевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Предприятия, оказывающие населению сервисные услуги, весьма разнообразны с точки зрения видов выполняемых услуг, масштабов деятельности, форм собственности, организационно-правовых форм и др. В статье фокус переведен на фелинологические ассоциации. Фелинологические ассоциации - организации, объединяющая клубы любителей кошек.

Цель: отразить проблемы, возникшие в фелинологические ассоциаций и найти решение с помощью ТРИЗ.

Задачи, которые ставят в тупик, встречаются часто: в быту, на работе, при управлении бизнесом. Но люди как-то справляются — порой, проявив удивительную смекалку. Многие используют как подмогу стратегию ТРИЗ. ТРИЗ — набор методов решения задач и усовершенствования систем, в основе которых лежит креативный подход. То есть это едва ли не единственная системная теория обучения творчеству, поэтому в решении задач по ТРИЗ нет оценок и единственного правильного ответа.

Гипотеза: с помощью методики ТРИЗ решения проблем фелинологические ассоциаций находятся легче.

Методы исследования: ТРИЗ.

Процесс решения изобретательской задачи, по ТРИЗ, выглядит так:

1. Нужно сформулировать задачу.
2. Нужно указать все противоречия, которые требуется устранить для решения сформулированной задачи.
3. Нужно описать желаемый идеальный конечный результат.
4. Нужно определиться с ресурсами, которые вы готовы выделить на достижение результата.
5. Нужно применить один (или несколько) описанных в теории приемов для решения задач.
6. Нужно проанализировать результаты.

Этот процесс может быть пройден как одним человеком, так и большим коллективом (например, в формате мозгового штурма).

Итак, вернемся к фелинологическим ассоциациям. Каждая фелинологическая ассоциация и даже каждый клуб имеют свои выставочные правила и свои традиции. Однако многочисленные способы организации и проведения выставок можно грубо разделить на две большие группы: это выставки по американской системе и по европейской. По американской системе организуют свои выставки такие фелинологические ассоциации как CFA и TICA, по европейской — FIFE, WCF и FARUS.

Международная федерация кошек (FIFE) объявила о своем решении отстранить от участия в международных выставках котят и кошек из России. Отмечается, что это связано с проведением военной операции на Украине.

В федерации подчеркнули, что украинцы сейчас находятся в очень сложной ситуации, и в этих условиях любители кошек «отчаянно пытаются позаботиться о своих кошках и других животных».

Также кошек, выведенных в России, нельзя будет вывозить и регистрировать в родословной книге, выпущенной под эгидой FIFE.

Перейдем к методике ТРИЗ для решения поставленной задачи:

Да, FIFE – это одна из наименее популярных фелинологических организаций в России, но никто не мешает заводчикам, состоящим в FIFE, перейти в другие организации.

Также в России можно создать свои системы, по которым будут проходить выставки и никакие санкции не будут мешать.

Питомник регистрируется в одной из международных фелинологических систем.

Во-первых, это подтверждает право его владельца заниматься породным разведением. Человек, зарегистрировавший питомник имеет, как минимум, свидетельство о том, что он закончил курсы фелинолога.

Во-вторых, название питомника – это «приставка» (фамилия), которую получает каждый котенок, рожденный в этом питомнике. Например: Cleopatra Neva Galaxy *Key . Где Cleopatra– это кличка конкретного котенка, а Neva Galaxy* Key– название питомника.

То есть, если Вам предлагают «породистого» котенка «с документами», в кличке которого не значится «фамилия» (название питомника), значит у Вас должны появиться вопросы.....

Ведь зарегистрированный питомник гарантирует качество своей работы так как:

- Работает по правилам системы, где он зарегистрирован.
- В племенное разведение идут только животные наивысшего породного качества, что подтверждается экспертизами на выставках.
- Проверяется здоровье производителей и ведется учет потомства (1 кошка не может рожать котят чаще 3-х раз в 2 года) и т.д.

Мой питомник невских маскарадных кошек Neva Galaxy* Key зарегистрирован в системе WCF (World Cat Federation) и ведет свою работу строго с учетом всех правил этой системы.

С какими проблемами сейчас, столкнулся мой питомник?

1. Эта проблема, напрямую связана с кормами. Дело в том, что из-за введенных санкций вероятно сложность с поставкой импортных кормов. Сейчас значительно сократились практически все премиум-линейки Royal Canin, Monge, Purina, Pro Plan, да вообще всего. И из-за это, поднялась из стоимость. Если посмотреть динамику цен на маркетплейсе Wildberries (сервис позволяет отследить изменение стоимости за последние месяцы), то видно, что цены значительно выросли:

Например, стоимость корма Royal Canin Kitten (2 кг) с 2 017 руб. (цена от середины февраля 2022 г.) выросла до 5 297 руб. Другой корм — Hills Weight Management (4 кг) подорожал с 3 011 руб. до 5 012 руб.

Решение с помощью ТРИЗ методики (мозговой штурм):

Очевидно, что теперь рынок кормов животных в России придется в срочном порядке переориентировать на отечественное производство, заменив при этом импортные закупки ингредиентов на какое-то альтернативное направление.

2. Санкции отразились и на стоимости услуг профессиональных грумеров. Они поднялись вверх. По словам представителей этой отрасли, пока у них есть запасы импортной косметики и инструмента для животных. Но это все временно.

Решение: Искать взаимозаменяемые товары в России, а также оформить подписку с грумерами для снижения стоимости оказания услуг.

3. Сегодня, чтобы участвовать в выставке или чтобы вывезти кошку в Евросоюз, необходимо оформить для питомца международный ветеринарный паспорт, чипировать его, а также поставить вакцину от бешенства, сертифицированную за рубежом. Вакцинация против бешенства – обязательное требование для путешествия с животным за рубеж. Прививка необходима собакам, кошкам, домашним хорькам, кроликам и другим плотоядным животным. Российские вакцины, не зарегистрированные в Европе, для вывоза животных не подходят. А европейские, такие как Vanguard, Nobivac, Biocan, произведенные в странах Евросоюза, сейчас в Россию не завозятся. Вакцину везут нелегально из Казахстана, цены дико выросли, чуть ли не в десять раз. Раньше вакцина от бешенства была 70 рублей, а сейчас полторы тысячи. Были комплексные вакцины по 250 рублей, сейчас они по три тысячи. А аналогов нет. В России вакцину производят, но эти прививки не зарегистрированы в Европе. С ними вывозить животных нельзя. Голландская вакцина от бешенства "Нобивак Rabies" раньше, которую покупала для котят за 165 рублей, можно сейчас встретить на "Авито" за 2000 рублей за дозу.

Решение:

Использовать международные связи и вывозить для вакцинации в страны СНГ или делать комплексные закупки этих вакцин.

Итак, были выделены три проблемы и найдено решение с помощью ТРИЗ.

По сути, ТРИЗ помогает оптимизировать процесс творчества. В то же время, в отличие от многих систем для оптимизации тех или иных процессов- методика Альтшуллера не дает готовых схем и вариантов решения, скорее, она показывает, где эти решения можно искать.

Были использованы следующие методы ТРИЗ:

Мозговой штурм — когда проблема активно обсуждается несколькими участниками. Каждому из них нужно высказывать как можно больше вариантов решения задачи, в том числе самых фантастичных.

Синектика или метод аналогий — сравнение и нахождение сходства между объектами. Или представление себя в качестве предмета или явления в проблемной ситуации. Этот метод эффективен в паре с мозговым штурмом.

Морфологический анализ — поиск решений для отдельных частей задачи. С целью последующего сочетания этих решений.

Метод фокальных объектов — поиск ассоциаций исследуемого объекта со случайными объектами. К объекту примеряются свойства других, никак не связанных с ним объектов.

Метод Робинзона — поиск максимально разнообразных способов применений к предмету.

Таким образом, ТРИЗ — это поиск решения нестандартных проблем в известном поле знаний. Несмотря на множество терминов, как можно увидеть из описания приёмов и методов, ТРИЗ — это то, что мы ежедневно применяем в своей жизни, но просто не называем этой аббревиатурой.

Список использованной литературы:

- [1] *Баландина А.*, ТРИЗ как метод развития творческого мышления. - <https://netology.ru/blog/06-2020-what-is-triz>
- [2] *Буянов Е., Крутько С.*, ТРИЗ - Теория решения изобретательских задач. - <https://4brain.ru/triz/>

[3] *Кирикова А.*, Советский подход к креативности: что такое ТРИЗ и как этим пользоваться. - <https://trends.rbc.ru/trends/education/62d653819a794756f5de194c>

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО И КОМПЛЕКС МЕТОДОВ НАУЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА В ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ГФ ФУДХОЛДИНГ»)

*Студент: Сафронов Михаил
Преподаватель-консультант:
Прусова Ульяна Анатольевна
Ижорский колледж*

Бережливое производство – это система управления предприятием, основанная на опыте японских компаний, ставших мировыми технологическими лидерами.

Гипотеза данного исследования: можно ли использовать японский подход к совершенствованию процессов в российских реалиях на пищевом производстве.

Основная **цель** исследования – изучить опыт внедрения метода бережливого производства на примере компании, занимающейся приготовлением рационов питания.

Объектом исследования является пищевое предприятие Grow Food-это российская компания, занимающаяся доставкой готовой еды Grow Food.

Предмет исследования - применение методик бережливого производства на предприятии пищевой промышленности Grow Food.

Были поставлены следующие **задачи**:

- провести анализ предприятий по доставке готового питания;
- провести интервью с представителем компании Grow Food
- собрать данные для оформления проекта

Для проведения исследования были использованы такие **методы исследования** как: анализ работы предприятий по доставке готового питания, интервью, сбор статистических данных и фотографирование в ходе экскурсии по производству.

Аналитики Euromonitor International выяснили, что люди из стран с высоким уровнем жизни чаще других выбирают готовые наборы питания. В Финляндии, например, на каждого человека приходится 20 кг готовой еды в год, в Норвегии — 17 кг, а в Великобритании и Японии — по 16 кг. В России рационы на день только набирают популярность: их потребление пока составляет 5 кг в год. Но эксперты уверены, что рынок будет расти — на 4% ежегодно [1].

Развитие технологий, услуг доставки и онлайн-продаж, а также тренд на здоровый образ жизни и приверженность правильному питанию привели к тому, что потребители привыкли есть там, где удобно. Они хотят экономить время и энергию и не думать, что приготовить сегодня и в целом, чтобы перейти на правильное питание и сбросить вес.

Пандемия усилила этот тренд и послужила предпосылкой для стремительного роста рынка доставки готовых рационов и продуктовых наборов. По оценке Data Insight, российский рынок доставки продуктов питания, в 2021 году достиг объема 329 млрд рублей, увеличившись на 159% по отношению к 2020 году. Количество заказов выросло на 244% – до 237 млн [2].

Для изучения темы исследования был выбран петербургский сервис доставки готовой еды Grow Food. Компания имеет собственное производство в индустриальном парке в Колпино. Grow Food-это компания по производству и доставке правильного, готового питания. Пищевое производство оснащено современным оборудованием, что позволяет готовить качественную и вкусную еду [3].

Бережливое производство — это систематическое и постепенное уменьшение количества процессов, операций и действий, не добавляющих продукту потребительской ценности. Это определенная концепция управления, ее основа — постоянный поиск возможностей устранить потери на производстве и в офисе. Часто для обозначения концепции используются термины «lean-производство» и «lean-технологии». Lean в данном случае означает именно «производство без излишеств» — то, чего должно добиваться любое предприятие.

Основные принципы концепции бережливого производства

1. Ценность продукта на первом месте.
2. Оптимизация процессов возможна всегда.
3. Непрерывное повышение скорости и эффективности процессов.
4. Снижение потерь – основная задача оптимизации.

Инструментарий бережливого производства:

1. Канбан технология, применяемая для процесса «вытягивания работ». Используется знаменитая Канбан-доска, на которой в виде карточек вывешивается информация по движению задачи по производственной цепочке. В программировании на доске отмечаются процессы, находящиеся на этапе обсуждения – backlog, приняты в работу – to do, в процессе – in process (in progress), тестируются – testing, подтверждаются – approval, выполнены – done. В Grow Food эту технологию перенесли в электронный вид и все работники могут увидеть наглядную информацию в рабочем приложении.

2. Кайдзен практика постоянных улучшений и совершенствования для наиболее полного удовлетворения покупателя, повышения ценности продукта или услуги и, соответственно, снижения потерь в понимании lean-production. За время существования компании многое изменилось: команда стала больше, расширились производственные мощности. Поменялись системы и рецептуры приготовления, меню и линейки питания. С особой тщательностью в компании подходят к разработке меню – здесь проводят специальные исследования, закупают новое необходимое оборудование, организуют фокус-группы, большое внимание уделяют проведению обучающих тренингов и семинаров.

3. Быстрая переналадка – набор методов и технологий, благодаря которым освоение или переключение на новый продукт не будет требовать длительного времени настройки процессов и оборудования, не вызовет простоев.

4. Just In Time – переводится дословно – точно, в срок, но «в срок» подразумевает вовремя, не допуская простоев производства и накопления складских остатков. Логистическая система, построенная на принципе Just in time организует движение материальных потоков – сырья, материалов и готовой продукции, таким образом, что все необходимое поступает на каждый этап переработки в нужное время и в необходимом объеме.

5. 5S технология визуального контроля за рабочим местом. Название связано с пятью принципами организации рабочего места, названия которых начинаются в японском с буквы «S»: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke. Система 5С была разработана и впервые применена в послевоенной Японии компанией «Тойота Мотор», она стала одним из ключевых элементов «бережливого» производства. [4].

Рассмотрим применение наиболее популярной **методики 5S** в организации пищевой промышленности на примере Grow Food — российской компании, занимающейся доставкой здорового питания по подписке через интернет.

5С – это популярный метод организации рабочего пространства, который помогает компании системно делать рабочее пространство безопасным, чистым и структурированным.

Обычно к элементам 5С относятся:


Японское название	Элемент 5С	Краткое описание
Seiri	СОРТИРОВКА «Все для чего-то нужно»	Выберите то, что нужно для работы, а все остальное с рабочего места уберите.
Seiton	СОБЛЮДЕНИЕ ПОРЯДКА «Все на своем месте»	Расположите предметы так, чтобы их было взять, использовать и вернуть на место.
Seiso	СОДЕРЖАНИЕ В ЧИСТОТЕ «Все чистое и исправное»	Возьмите все грязное и бракованное и отмойте, почините или исключите из работы.
Seiketsu	СТАНДАРТИЗАЦИЯ «Каждое действие хорошо известно и регламентировано»	Разработайте и внедрите визуальные стандарты, которым работники постоянно будут следовать.
Shitsuke	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ «Каждое действие повторяется и совершенствуется»	Поощряйте сотрудников находить оптимальные решения, берегущие их усилия.

Конкретно в пищевой промышленности принципы 5С могут применяться для повышения безопасности и качества продукции и предупреждения либо существенного снижения случаев ее загрязнения, которые сказываются на безопасности, чистоте и допустимости с точки зрения нормативных актов производимой, хранимой или перевозимой продукции.

Принципы 5С также могут стать основой для улучшения программ безопасности пищевой продукции, как продемонстрировано ниже:

Лучшие методы обеспечения	Стандартное применение 5С	Применение на Grow Food
Гигиеническое зонирование и контроль производственной среды	Выделение специальных сотрудников, инструментов, формы и других ресурсов для разделения гигиенических зон: например, зон контроля патогенов и аллергенов; контроль санитарных и гигиенических условий в этих зонах.	
Управление производственными потоками	Для полноценного оперативного контроля производственных потоков (от приемки до отгрузки), в том числе воздушных потоков, людей, оборудования, отходов на предприятии может оказаться разумной установка барьеров или выделение инструментов / помещений, благодаря которым минимизируется риск загрязнения продукции и предотвращаются серьезные аварии на предприятии.	

<p>Контроль безопасности пищевой продукции и качественных рисков</p> <p>Биологические Химические Физические</p>	<p>Тактику 5С можно профилактически применять для программ GMP и HACCP для предотвращения выживания, роста и / или распространения патогенов, которые могут плачевным образом сказаться на качестве и безопасности продукции. Основные риски для безопасности: микробы, аллергены, инородные тела.</p>	
<p>Принципы гигиеничности конструкции</p>	<p>Пищевые предприятия, на которых есть в отношении гигиены зоны высокого и повышенного риска (в местах, где продукты обрабатывают, упаковывают или производят продукцию, готовую к употреблению) должна быть готовы к инвестициям в приспособления, оборудование и инструменты с гигиеничной конструкцией, которые легче мыть, дезинфицировать и хранить, чем обычные аналоги.</p>	
<p>Введение программы цветокодирования</p>	<p>Цветокодирование подразумевает идею «визуального предприятия», на котором работнику легко найти нужный инструмент быстро. Это минимизирует риск перекрестного загрязнения, например, благодаря тому что инструменты одних цветов используются для контакта с пищевой продукцией и поверхностями, с которыми соприкасаются продукты питания, а инструменты других цветов используются для мытья полов и стоков.</p>	
<p>Хранение</p>	<p>Настенные крепления и силуэтные доски – неотъемлемая составляющая программы контроля эффективности и гигиеничности уборочного инвентаря. Эффективное (цветокодированное) хранение чистящих инструментов помогает обеспечить хранение инструментов только в специально отведенных местах, снижая при этом трудозатраты. Системы хранения инвентаря также предотвращаются оставление инструментов на полу, где вероятность их испачкать, сломать или споткнуться об них наиболее высока.</p>	

Цветовой план	Цветовой план дает представление о предприятии, разделенном на различные цветовые зоны в зависимости от его нужд. Он также соотносит инвентарь и меня его использования, что можно распечатать и показывать аудиторам. Цветовые планы помогают сотрудникам держать инструменты на их местах в нужных зонах и убедиться, что для определенной задачи используется только специально предназначенный инвентарь.	
---------------	---	--

В заключении можно сделать вывод о том, что внедрение системы бережливого производства, в частности принципов 5С на предприятии Grow Food имеет следующие достоинства:

1. Повышение согласованности всех производственных процессов путем вовлечения в систему всех работников.
2. Повышение добросовестности и мотивации работников, поскольку они чувствуют результативность своего труда.
3. Оптимизация процессов и сокращение производственных расходов.
4. Привлечение всех сотрудников в процесс создания более безопасного и экологичного рабочего пространства.

В результате закладывание стабильной основы для применения практик «бережливого» производства, которые подразумевают сокращение потерь, приводит к повышению производительности труда и повышению качества выпускаемой продукции.

Список используемой литературы:

- [1]. *Обзор трендов на рынке ЗОЖ-продуктов.* Режим доступа: <https://vc.ru/food/149924-obzor-trendov-na-rynke-zozh-produktov> Дата обращения 02.11.2022
- [2]. *Влияние доставки, готовой еды и продуктов питания на бизнес, общество и городскую среду.* Режим доступа: <https://raec.ru/activity/analytics/13014/> Дата обращения 05.11.2022
- [3]. *Где и как Grow Food готовит здоровую еду?* Режим доступа: <https://growfood.pro/blog/pravilnoe-pitanie/gde-i-kak-grow-food-gotovit-zdorovuyu-edu/> Дата обращения 05.11.2022
- [4]. *Бережливое производство на предприятии.* Режим доступа: <https://sps-studio.ru/predpriyatiya/berezhnoe-proizvodstvo-na-predpriyatii> Дата обращения 02.11.2022

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

Студентка: Смородникова Виктория

Преподаватель-консультант:

Тараканова Анна Николаевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Аннотация:

В настоящее время устойчивое развитие является одной из актуальных тенденций, способствующей эффективному развитию экономики. В статье рассматривается концепция устойчивого развития и ее реализация на практике на примере гостиничного сервиса.

Ключевые слова: устойчивое развитие, обслуживание гостей, гостиницы.

Устойчивое развитие (англ. *sustainable development*) — процесс экономических и социальных изменений, при котором природные ресурсы, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений (Википедия).



Рисунок 1. Цели устойчивого развития

Концепция устойчивого развития была представлена в 1992 году на Всемирной конференции ООН по окружающей среде. Устойчивое развитие – это принципы работы, при которых удовлетворение потребностей человека осуществляется без ущерба для будущего. В это понятие входят не только защита природы, экологические меры и переход на ресурсосберегающие технологии - экономия воды, использование возобновляемой энергии, но и забота о персонале, и создание инклюзивной среды, а также рабочих мест для людей с ограниченными возможностями (рис.1).

Гостиницы все больше осознают необходимость ответственного использования энергии и других ресурсов и контроля над потребителем как социальную ответственность,

а также считают это честным бизнесом. Все больше людей и компаний занимают активную позицию в бережливом отношении к окружающей среде, а как следствие, планируя путешествия, обращают внимание на позицию отеля по отношению к принципам устойчивого развития. Поэтому внедрение современных устойчивых технологий способно позитивно влиять на имидж, но что особенно важно: это делает экономику отеля стабильной.

Устойчивое развитие является основополагающей концепцией, применяемой в настоящее время к планированию гостинично-туристской деятельности. Концепция устойчивого развития подразумевает, что природные, культурные и другие ресурсы сохраняются для постоянного использования в будущем, принося при этом выгоды обществу в настоящее время (рис.2).



Рисунок 2. Концепция устойчивого развития

Окружающая среда чувствительна к производственной деятельности людей, так как из-за нее она теряет свои экологические свойства. Все отели, даже самые маленькие, наносят ущерб окружающей среде:

- потребляют сырье, воду, энергию для обеспечения технологических процессов обслуживания;
- используют вредные химические соединения (отбеливатели, хладагенты);
- образуют отходы, производят сточные воды и выбросы газов, загрязняющих атмосферу.

Результатами этих действий становится изменение естественных условий, в особенности ухудшение жизненных условий людей, животного и растительного мира.

Для минимизации этого эффекта отели могут предпринять множество шагов. Проблема в том, чтобы знать, с чего начать – как определить наиболее подходящие области для действий, которые принесут реальную пользу окружающей среде и принесут пользу компании. Эксперты выделяют несколько ключевых направлений перехода гостиницы к устойчивому развитию (рис.3).

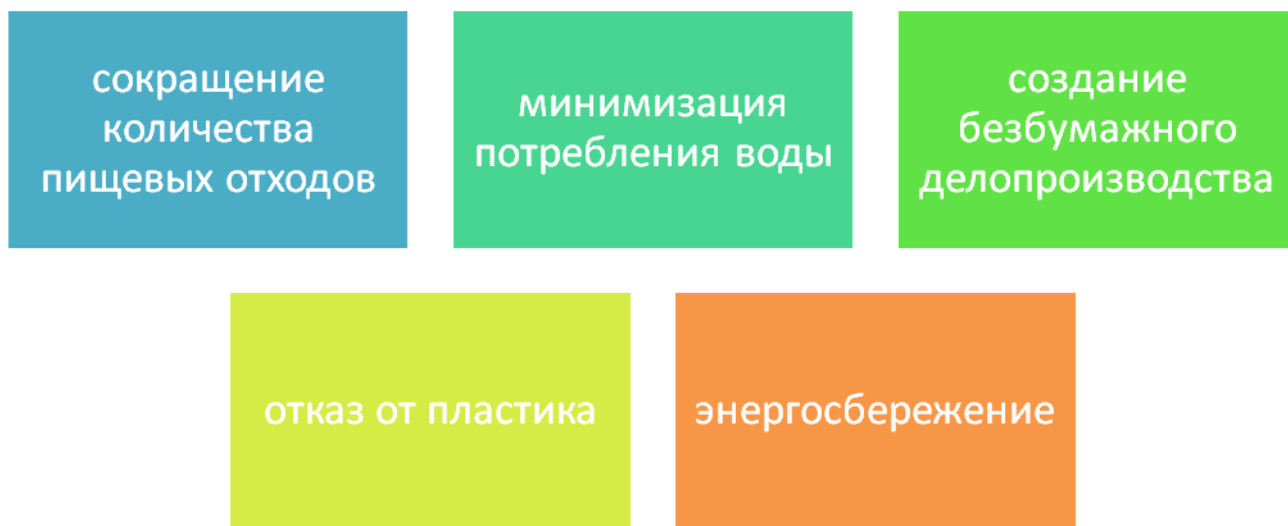


Рисунок 3. Ключевые направления перехода гостиниц к устойчивому развитию

Сегодня в мире функционирует множество отелей, которые успешно реализуют данные принципы в своей работе.

Команда курортного отеля Jumeirah Vittaveli (Мальдивы) работает над рядом проектов по сохранению биологического разнообразия, культуры и исторического наследия Мальдивских островов. В рамках программы по сокращению «углеродного следа» от деятельности отеля на курорте функционирует собственное производство бутилированной воды, включая тару.

Бутик-отель The Scarlet Hotel (Великобритания) известен своей энергоэффективностью: отель использует множество энергосберегающих технологий, функционирует на возобновляемых энергоресурсах, а на крыше высажена разнообразная растительность, делая ее, в прямом смысле, «зеленой».

Гостиничная сеть InterContinental Hotels Group в качестве обязательного стандарта использует инновационную онлайн-систему экологической устойчивости IHG Green Engage, дающую гостиницам возможность контролировать свое воздействие на окружающую среду и применять в своей деятельности «зеленые решения», призванные помочь сокращению потребления энергии, воды и отходов. Отели бренда Crowne Plaza с целью уменьшения вреда окружающей среде от использования пластика переходят на новый формат косметических средств: вместо пластиковых мини-флаконов будут использоваться многоразовые диспенсеры большой емкости, изготовленные из переработанного сырья.

Среди российских гостиничных компаний можно привести в пример сеть AZIMUT Hotels, которая недавно присоединилась к акции #SaveWaterMirror («Зеркало, спасающее воду»). Каждый гость, проживая в номере отеля, благодаря «умному» зеркалу мог определить, насколько рационально расходует воду.

С целью единообразного подхода к пониманию «устойчивого развития в туризме» Всемирный совет по устойчивому развитию в сфере туризма (Global Sustainable Tourism Council, GSTC) предложил разработать систему индикаторов для отелей, так как сегодня нет какого-то определенного знака одобрения для экологически чистых компаний. В сфере гостеприимства наиболее близкой является сертификация Green Key («Зеленый ключ»), Green Star Hotel Certificate (сертификат отеля «Зеленая звезда») и сертификат LEED, оценивающий энергетический и экологический дизайн здания.

Современный отель – это сложная техническая структура, объединяющая множество инженерных систем: отопление и теплоснабжение, вентиляция и

кондиционирование, холодоснабжение, водопровод и канализация, лифты, электроснабжение, освещение внешнее и внутреннее, контроль доступа, видеонаблюдение, пожаробезопасность, серверная.

Гостиницы потребляют на 50% больше электроэнергии, чем жилые здания, и на 250% больше, чем офисы. Чтобы быть эффективным и устойчивым, современному отелю нужны комплексные решения по управлению всеми системами. В новых отелях на этапе проектирования внедряются системы «умного дома», системы с датчиками движения для включения и выключения освещения, системы поддержания более низкой температуры в неиспользуемых помещениях.

Однако пока подавляющее большинство инвесторов и собственников не рассматривают внедрение экологических технологий и стандартов, если это не оправдано экономически. На самом деле, применение очень многих экологических технологий либо снижает операционные затраты, либо повышает продаваемость гостиничной услуги. Как показывает успешная практика, внедрение в отеле принципов устойчивого развития обеспечивает целый ряд преимуществ:

1. Чувство сопричастности. Каждый работник ощущает, что даже когда он перекладывает бумаги из одной стопки в другую – все равно он вносит свою лепту в успех ответственного предприятия, которое, в свою очередь, заботится о людях, о стране и даже о планете в целом.
2. Участие в экологических инициативах – эффективное средство повышения мотивации персонала: все больше людей, особенно молодых, уделяют много внимания волонтерским программам, заботе о природе.
3. Лояльность клиентов, особенно постоянных. Многочисленные опросы посетителей отелей подтвердили, что современных гостей действительно волнуют проблемы окружающей среды.

Во время пандемии многие отельеры ослабили свои усилия по охране окружающей среды, введя предписанную контролирующими органами дезинфекцию, увеличивающую использование одноразовых или неперерабатываемых материалов. При этом требования к уборке, обеспечению санитарии и безопасности повсеместно возросли. В результате в отелях увеличилось число одноразовых предметов, включая пластиковую посуду.

До ликвидации в 2022 году Ростуризм рассматривал возможность включить принципы развития устойчивого туризма в ГОСТы для всех ключевых видов туризма. Однако в настоящий момент судьба этой важно законодательной инициативы неизвестна.

Вывод: Устойчивое развитие – это та мера, которая призвана обеспечить и гарантировать существование человека и его развитие в долгосрочной перспективе за счет выстраивания нового взаимодействия с окружающей средой. При этом устойчивое развитие относится не только к экологии. Данный подход распространяется на все сферы социально-экономических отношений и в целом предполагает построение ответственного бизнеса. Поэтому уже сегодня необходимо внедрять эффективные и устойчивые модели будущего.

Список используемой литературы:

- [1] Скобкин С.С. Концепция устойчивого развития туризма и ее воздействие на индустрию гостеприимства// Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, 2012.
- [2] Махлюф А. Устойчивое развитие: факторы конкурентоспособности в индустрии туризма и гостеприимства // Экономика устойчивого развития, 2019.

- [3] Красильникова Е.А. Концепции устойчивого развития в гостиничном бизнесе // Научное образование, 2020.
- [4] Баскаков П. "Устойчивое развитие" и голоса сирен. - <https://hotelier.pro/news/item/ustoychivoe-razvitie-i-golosa-siren/>
- [5] Программа лояльности компании Accor - <https://all.accor.com/ru/sustainable-development/index.shtml>
- [6] Свободная энциклопедия - <https://ru.wikipedia.org/>

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛЕНТА»

*Студенты: Брызгалов Константин,
Тараненко Алексей.*

*Преподаватель-консультант:
Смирнова Ирина Владимировна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

В нынешних условиях экономической нестабильности и санкционных ограничений, в нашей стране возрастает актуальность развития инновационной деятельности. Опыт многих развитых стран доказывает, что инновации, обеспечивают экономическую безопасность предприятий и снижает зависимость национальных экономик от конъюнктуры мирового рынка. Так как наиболее развитым видом торгового бизнеса являются торговые сети крупных компаний, основная часть инноваций и технологий розничной торговли разрабатывается и внедряется именно в этом направлении, поэтому на примере ООО «Лента» будет выявлено как инновационные тенденции предприятия оказывают влияние на деятельность предприятия, а также их качества продукции и услуг.

Цель работы – продемонстрировать влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия ООО «Лента».

Гипотеза исследования – инновационные тенденции предприятия ООО «Лента» повышают эффективность деятельности предприятия, а также повышает качество продукции и предоставляемых услуг.

Методы исследования: анкетирование, метод сравнения, обработки данных, графические методы.

Согласно официальной российской терминологии, инновация представляет собой конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Под инновациями в розничной торговле можно понимать прибыльное использование нововведений в виде новых перспективных продуктов, технологий, услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, коммерческого, финансового, административного или иного характера, направленных на процесс совершенствования торговли [1, с.66].

Исследование наиболее ярких новинок на предприятии ООО «Лента» привело к выделению из общего перечня те инновационные технологии, которые обеспечивают не только удобство работы сотрудников организации, но и облегчают процесс покупки у покупателя:

1. Кассы самообслуживания – это устройства для автоматической оплаты покупок в магазинах без участия кассира, в котором покупатель самостоятельно выполняет все операции – и сканирование товаров, и взвешивание. Кассы самообслуживания позволяют оптимизировать затраты на персонал, повысить операционную эффективность. По мнению экспертов, один сотрудник может легко контролировать шесть-десять таких касс. Лента уже оборудовала магазины Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Краснодар, Новосибирска, Саранска, Саратова, Тюмени и других 58 городов России

устройствами для самостоятельных покупок и с каждым днем охватывает все больше городов. Так, например кассы самообслуживания работают во всех магазинах малого формата, которые компания открыла с 2021 года [2].

2. Электронные ценники – это дисплеи, на которых отображается информация о продукте и его цене, а иногда и дополнительные данные. До внедрения решения сотрудник каждого магазина ежедневно формировал отчет по изменению цен и загружал его в систему.

Работнику приходилось учитывать различные факторы: наличие товара, его расположение и другие признаки. Сейчас это происходит автоматически: подготовка и печать ценников происходят в интерфейсе кассовой программы Set Retail. В зависимости от настроенных параметров система Set Retail определяет цвет ценника и срок действия. Благодаря решению, которое разработала компания CSI по заданию «Ленты», каждый магазин экономит около часа рабочего времени персонала в сутки. Кроме того, автоматизация печати позволяет избежать несоответствия ценников на товары в зале и на кассе, что сказывается на лояльности покупателей. «Лента» масштабировала решение на магазины всех форматов во всех городах присутствия компании [3].

3. Умные весы – весы с системой распознавания продукта по внешнему виду. После того, как товар оказывается на них, на экране появляются варианты наименований ассортимента, из которых покупатель выбирает верный и распечатывает ценник. Точность распознавания зависит от упаковки и достигает 92 процентов. Разработка позволяет повысить скорость и качество обслуживания в зоне свежих фруктов и овощей в магазине.

Этот проект на данный момент тестируется в «Ленте» на Савушкина 112, в Санкт-Петербурге, параллельно с другим проектом, созданным для автоматического распознавания товаров.

4. Видеораспознавание товаров – это второй проект, который тестируется в «Ленте» на Савушкина, в Санкт-Петербурге, для автоматического распознавания товаров. Этот проект создан для контроля полноты ассортимента на полках в онлайн-режиме, а также контроля соответствия выкладки плану и корректность ценников. Система построена на распознавании внешнего вида продуктов, её точность достигает 93 процентов и выше. Информация об отсутствии того или иного SKU поступает в приложение, установленное в телефоне сотрудника. Быстрое реагирование на отклонения позволяет повышать доступность товаров на полке для покупателей.

5. Видеораспознавание необходимого количества кассиров – система видеораспознавания, определяющая количество людей на кассах и в зонах самообслуживания и уведомляет об этом ответственного сотрудника. Технология позволяет своевременно открывать дополнительные кассовые линии и избегать появления очередей. Пилоты проходят в Архангельске и Балашихе. Дополнительные камеры на входе в магазин анализируют количество покупателей, эти данные учитываются для прогнозирования трафика. За счет информации, полученной с них, компания планирует оптимизировать графики вывода кассиров.

6. Роботы уборщики – существует две модели таких помощников из Китая. Первая модель – компактные роботы-уборщики, имеющие рабочую станцию для зарядки аккумулятора, с которой стыкуется автоматически. За счет небольших размеров устройство быстро объезжает все препятствия и легко перемещается по торговому залу, постоянно поддерживая чистоту. Вторая модель работает больше времени, однако она менее мобильна из-за своих габаритов. Робот оснащён специальным сигнальным маяком, предупреждающим покупателей и сотрудников о движении. Пилот стартовал в конце сентября, однако полноценно заработал уже в январе в городе Ростов-на-Дону. Как

отмечает ритейлер, робот показал эффективность в решении задачи по очистке пола от масла, сахара и стекла [4], [5].

Было проведено анкетирование с целью выявления эффективности инновационных мероприятий компании ООО «Лента» у потребителей. В результате проведения анкетирования было опрошено 50 человек, из которых 34 мужчины и 16 женщины. 15 человек в возрастной группе до 18 лет, 20 человек в возрастной группе от 18 до 30 лет, 11 человек в возрастной группе от 30 до 50 лет, и 4 человека в возрастной группе от 50 лет и старше.

1. Укажите ваш возраст:
 - До 18 лет
 - От 18 до 30 лет
 - От 30 до 50 лет
 - От 50 лет и старше
2. Как часто вы покупаете шоколад?
 - Каждый день
 - 1-3 раза в неделю
 - Реже 1 раза в неделю
 - Не покупаю
3. Как часто вы ходите в Ленту?
 - Не хожу в Ленту
 - Редко хожу в Ленту
 - Часто хожу в Ленту
 - Постоянно хожу в Ленту
4. Какие инновации вы наблюдали в Ленте?
 - Кассы самообслуживания
 - Электронные ценники
 - Умные весы
 - Видеораспознавание необходимого количества кассиров
 - Видеораспознавание товаров
 - Роботы уборщики
5. Считаете ли вы инновации в Ленте эффективными?
 - Да
 - Нет

В результате проведения опроса было выявлено, что подавляющее большинство респондентов замечают инновации в магазинах Лента и оценивают их эффективность на достаточно высоком уровне.

Анкетирование, а также иные методы исследования влияния инноваций на эффективность деятельности ООО «Лента» показало, что эффективность работы предприятия во многом зависит от инноваций.

ООО «Лента» применяет системный подход к поиску инновационных технологий для интеграции в свой бизнес, поскольку уверен, что будущее компаний будет определяться успешным внедрением множества ИТ-решений, в течение ближайших 10 лет все компании станут технологичными.

Системная работа ООО «Лента» в области технологий и инноваций началась 4 года назад — компания сфокусировалась на пяти блоках:

- Продукты и товары;

- Бизнес-процессы;
- Услуги, ориентированные на клиента;
- Бизнес-модели;
- Различные технологии, в том числе для производства.

Было реализовано 68 пилотов по таким направлениям как видеоаналитика, автоматизация, работа с большими данными, робототехника и блокчейн.

Технологии позволят качественно улучшить уровень сервиса, что, безусловно, крайне важно для ООО «Лента», поскольку в будущем это будет ключевым конкурентным преимуществом и сможет повысить стоимость компании.

Список использованной литературы:

- [1] *Савенкова И.В., Нефедова Н.А., Кульши М.И.* Тенденции развития инноваций: от их возникновения до настоящего времени // *Мировая индустрия: экономические и инновационные аспекты: коллективная монография / под общей редакцией Н.А. Адамова.* – М.: ЭКЦ «Профессор», 2015.С.66.
- [2] В супермаркетах «Ленты» начали убираться роботы. (Электронное издание) – <https://luckyea77-livejournal-com.turbopages.org/luckyea77.livejournal.com/s/3684677.html>
- [3] «Лента» автоматизировала процесс печати ценников. (Электронное издание) – <https://lenta.com/o-kompanii/news/----16/>
- [4] «Лента» запустила сервисы для самостоятельных покупок в семи городах России. (Электронное издание) – <https://lenta.com/o-kompanii/news/-----32/>
- [5] «Лента» тестирует роботов-уборщиков из Китая. (Электронное издание) – <https://lenta.com/o-kompanii/news/-----28/>
- [6] «Лента» тестирует технологии видеораспознавания товаров и количества покупателей в магазине. – <https://lenta.com/o-kompanii/news/-----30/>
- [7] Цифровизация и роботы в Ленте. - https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровизация_и_роботы_в_Ленте

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО И КОМПЛЕКС МЕТОДОВ НАУЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ

*Студент: Эккерт Александр
Преподаватель-консультант:
Радченко Надежда Александровна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Цель: уменьшение затрат и одновременное повышение качества и эффективности труда.

Гипотеза: возможно ли внедрение бережливого производства на современных российских строительных предприятиях.

Задачи: быстрое и эффективное выявление и устранение потерь; обмен информацией на всех уровнях организации; уменьшение затрат и повышение качества и безопасности при производстве; стимулирование совершенствования производства.

Понятие «бережливое производство» у отечественных и зарубежных производителей основывается на результатах и опыте применения производственной системы Toyota, благодаря чему открывают бережливое производство как отдельный самодостаточный способ мышления, который влечет за собой сокращение всех видов потерь и рассмотрение с точки зрения ценностей в любом виде деятельности.

Бережливое производство - система управления организацией или производственным предприятием, основой которой является постоянное сокращение всех видов издержек и повышение эффективности и способности к конкуренции. Данная система способствует внедрению таких методов, которые направлены на выполнение планов в оптимальные сроки с максимально низкими затратами.

Главная идея «Бережливого производства» – поиск и внедрение методов снижения всех видов потерь, таких как:

- потери из-за перепроизводства - изготовление излишних объёмов продукта, без столь же высокого спроса на него;
- потери из-за запасов - количество чего-либо свыше минимума, необходимого для выполнения работ, на поддержание и хранение которых также растрачиваются временные и денежные ресурсы;
- потери из-за ремонта/брака - повторное выполнение работ, исправление возникших дефектов также ведёт к затратам времени, сырья и денег;
- потери движений - любое перемещение, произведённое не для выполнения необходимой операции – потеря;
- потери обработки - создание ненужных потребителю качественных характеристик продукта;
- потери ожидания - в этот период, в ожидании необходимых людей, информации и материалов, ценность не производится;
- потери транспортировки - создание лишних, ненужных перемещений материалов, сырья, продукта.

Важнейшей задачей для специалистов бережливого строительства, является выравнивание потоков производственных работ, т. е. создание запасов фронтов работ, готовых к выполнению.

Методы и инструменты по внедрению системы в производство:

- 5S (5 steps) - система, созданная в Японии, которая направлена на улучшение производственных процессов. Она основывается на пяти взаимосвязанных процессах: сортируй, соблюдай порядок, содержи в чистоте, стандартизируй, совершенствуй;

- система JIT (Just In Time), что означает «только вовремя» - посыл этой системы заключается в том, что комплектующие должны поступать на производственную линию, только когда они требуются. Правило этой системы помогает уменьшить площади цехов и складов, грамотно организовать производство, хранение и логистику;

- дзидока - это способ уменьшения случаев получения травм рабочими при неправильном эксплуатации техники и борьба с браком. В качестве примера: оснащение современных станков, не позволяющих запустить механизм при неправильном использовании или нарушении техники безопасности;

- система SMED (Single-Minute Exchange of Dies) - «смена штампа за одну минуту». Эта система предполагает быструю настройку оборудования для выполнения последующих задач.

Метод способствует уменьшению потери рабочего времени, а также наличия дефектов в изделиях.

Несмотря на свою простоту и понятность, есть также и ошибки при внедрении бережливого производства. Рассмотрим самые основные и часто встречающиеся проблемы:

1. Часто при организации не учитывают, что в производстве могут быть задействованы технологии и инструменты, которых в настоящий момент нет на производстве или они участвуют в другом технологическом процессе.
2. При всей четко разработанной регламентации работники не соблюдают все нормы и правила, из-за чего все усилия сводятся к низкому уровню внедрения.

Существуют мероприятия, которые могут помочь в устранении ошибок внедрения бережливого производства на российских строительных предприятиях:

- во внедрении системы должны быть заинтересованы не только участники производственного процесса, но и сами менеджеры и руководители предприятия;
- необходимо держать всех участников процесса в курсе результатов процесса внедрения;
- осуществлять контроль просвещения всех новых сотрудников предприятия по осуществлению внедрения системы.

Наша строительная отрасль имеет свои особенности, очень осложняющие процесс введения новых управленческих подходов и методов, отличных от традиционных.

Внедрение концепции бережливого производства требуют некоторой адаптации к условиям нашей страны, её эффективное внедрение должно происходить с участием крупных строительных компаний России и потребует переподготовки и переосмысления, нового инженерного виденья со стороны управленческого персонала. Основная проблема современного строительства на территории Российской Федерации заключается в чрезмерном количестве посредников, подрядных и субподрядных организаций, что значительно усложняет весь строительный процесс. Это приводит к частым конфликтам, зстоям, делая рабочий процесс менее профессиональным.

Если отрегулировать количество и качество участников строительства, то это приблизит Российское строительство к бережливости. Контроль качества строительных компаний может осуществляться путём проведения аттестации, которая будет чётко отображать соответствие компании её прежним качествам и квалификации. Также можно привить организациям

обязательный «контроль менеджмента качества», оно будет не просто контролировать правильность укладки бетона или иных видов выполняемых компанией работ, этот контроль должен предоставляться как «паспорт» фирмы, в котором контролируется и отображается вся деятельность фирмы, её достижения, успехи, слабые стороны, фиксируется, с какими субподрядными организациями и поставщиками она сотрудничает.

Такой самоконтроль, документально отражающий последнюю историю работы компании, даст заказчику или генподрядчику понимание, с кем они работают, уверенность в качестве получаемых услуг или поступающих материалов, без участия иного огромного множества наёмных организаций, предлагающих свои услуги за меньшую оплату.

В заключение стоит сказать, что бережливое производство является одним из самых современных и эффективных методов, несмотря на свою давнюю историю появления.

Использование бережливого производства позволит осуществить качественные преобразования, обеспечить эффективное и быстрое производство с минимальными потерями на предприятиях и организациях в нашей стране.

В заключение хочется указать на известное высказывание, которое гласит: «Чтобы сделать мир лучше, надо начать с себя», поэтому каждой строительной компании нашей страны, желающей сохранять и укреплять свои позиции на рынке, следует вводить в свою управленческую деятельность свой «внутренний» контроль качества и такой же контроль для подрядных организаций, сопровождающих её на строительных площадках, внедрять в свою стратегию технику оперативного планирования, в связи с чем возрастёт качество и уровень отечественной строительной отрасли, приблизит ее к бережливости и выведет на новый экономический и технический уровень. Бережливое производство позволит сберечь финансовые ресурсы и направить их на развитие технологии «зеленого» строительства.

Список используемой литературы:

[1]. Понявина Н.А., Емельянов Д.И., Чеснокова Е.А., Попова М.Е. Анализ принципов применения технологии «бережливое производство» с целью повышения индекса производительности труда //Научный журнал,- 2021 - № 1 (61).

Интернет-источник:

[2]. Соловьева Е.В., Даниелова А.Г. Адаптация строительных организаций России для эффективного внедрения и применения инновационных методов Бережливого строительства // Вестник Евразийской науки, 2020, № 6, <https://esj.today/PDF/41SAVN620.pdf>

ВТОРОЙ РАЗДЕЛ
«КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА
КАК ЗНАЧИМЫЙ ФАКТОР
ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И САМООБРАЗОВАНИЯ»

РАННЯЯ ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНИКОВ
КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Студентка: Ахмадалиева Алина

Преподаватель-консультант:

Власенко Дина Михайловна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Цель исследования: поиск новой эффективной формы ранней профориентации.

Гипотеза: при внедрении новых интерактивно-профессиональных способов профориентационных занятий, ранняя профориентация будет оказывать большее влияние на профессиональное становление личности ребёнка, чем традиционные её вариации.

Методы исследования:

1. Теоретический анализ литературы и других источников;
2. Анкетирование студентов;
3. Анализ полученных данных.

Несмотря на поразительно большой выбор профессий, по данным опроса ВЦИОМ целых 68% россиян выбрало работу, не соответствующую своим желанием. О выборе будущей профессии задумываются уже в школе. Неопытные и любознательные дети теряются среди множества открытых перед ними возможностей, и именно поэтому очень важно помочь им определиться с выбором. Неутешительная статистика показала, что лишь 32% россиян связало свою жизнь с деятельностью, приносящей им удовольствие, из чего можно сделать вывод, что в нужный момент дети не получили должной помощи.

По результатам **опроса** среди студентов Колледжа Туризма и Гостиничного сервиса и учащихся 11-х классов, в котором приняло участие 76 человек, было выявлено, что профориентационные занятия проводились у 82,1% детей и лишь 3,84% из них профориентация помогла в выборе будущей профессии. Следует отметить, что 89,3% опрошенных детей осознают важность проведения профориентации, но к сожалению, 82,1% считают нынешнюю профориентационную систему неэффективной.

Каждое учебное заведение должно быть заинтересовано в том, насколько обучающиеся готовы к переходу от школьного обучения к профессиональной деятельности, а так же предоставить помощь в выборе высшего учебного заведения. Проанализировав данные проведённого ранее опроса были выявлены наиболее распространённые формы профориентационной деятельности:

1. Профориентационные занятия в рамках образовательного процесса (60,7% респондентов) подразумевающие собой беседу учителя с учениками, в ходе которой преподаватель задействует процесс управления выбором профессии в соответствии с потребностями общества. 96,4% респондентов считают, что беседа является неэффективным способом профориентации, что приводит к обесцениванию информации, полученной на занятии.

2.Беседа с представителями профориентационных центров (53,6% респондентов). Представитель центра даёт детям краткую справку о лучших учебных заведениях города и наиболее выбираемых в настоящее время профессиях. За более подробной консультацией школьников просят обратиться в профориентационный центр. Согласно статистике, 50% учащихся в дальнейшем так и не воспользуются повторными услугами центра, считая что это лишняя трата времени (42,9%). По итогу дети получают поверхностную информацию, не играющую важной роли при осуществлении дальнейшего выбора.

3.Агитация от представителей учебного заведения (42,9%) Школьники получают поверхностную информацию о конкретном учебном заведении, его программах обучения и приглашение на день открытых дверей. Для основной массы учащихся, не интересующихся предлагаемой направленностью, подобное занятие будет неэффективным.

85,7% респондентов ответило, что профориентационные занятия не помогли им в выборе будущей профессии, что подтверждает факт неэффективности традиционной профориентационной системы. Не смотря на это, 75% опрошиваемых считает, что при правильном подходе к преподнесению профориентационного материала, он действительно мог бы оказать влияние на формирование будущей профессиональной активности ребёнка.

Таким образом доказано, что традиционная система ранней профориентации устарела и не выполняет предписанные ей функции. Проведя опрос среди респондентов были выявлены основные требования к профориентационному занятию.

Проанализировав ответы было выявлено, что 43% учащихся не хватает наглядности. Зачастую, при описании достоинств и недостатков профессии не озвучиваются мелкие аспекты, такие как документационная работа, дополнительные требования и обязательства, непредвиденные обстоятельства и степень ответственности, что в конечном итоге становится неприятной неожиданностью для бывшего школьника.

Так же респонденты отметили, что общий подход к детям гуманитарного, математического, творческого склада ума не приносит большой пользы. Как минимум одна из перечисленных групп будет не добирать информации.

Отсюда берёт начало следующая проблема – образовательные учреждения так же не делят детей на группы, предоставляя им общую программу обучения. В попытке уделить достаточно времени всем предметам, школьникам приходится добирать необходимый материал за счет дополнительно потраченного свободного времени, что зачастую ведёт к выгоранию, и понижению интереса к заданному профессиональному направлению. Неосознанно, ребёнок пытается снизить свою нагрузку за счёт выбора нового образовательного учреждения с более низкими требованиями.

На основе недостатков традиционной профориентационной системы и пожеланий респондентов был составлен порядок проведения эффективных профориентационных занятий:

1. Общая профориентационная беседа в рамках образовательного процесса. Дети кратко знакомятся с текущим состоянием рынка труда, узнают о наиболее востребованных в настоящее время профессиях.
2. Профориентационный тест, на основе которого дети делятся на гуманитарные, математические, химико-биологические и творческие группы. Дальнейшие профориентационные мероприятия проводятся отдельно для каждой группы.
3. Беседа-интервью с представителями выбранных учениками профессий.

4. Интерактивное моделирование профессиональной деятельности: игры и тренинги, моделирующие ситуации профессионального общения, участие в конкурсах и соревнованиях профессионального мастерства.

Профессиональное становление- развитие личности в процессе выбора профессии, профессионального образования и подготовки с осуществлением эффективной профессиональной деятельности.

Средний возраст обучающихся, находящихся на стадии ранней профориентации 14-17 лет, и именно это время идеально подходит для участия в конкурсах профессионального мастерства, так как ранняя профориентация включает в себя этап определения обучающимся своих интересов и способностей и этап перехода в профессиональную деятельность

Конкурсы и соревнования профессионального мастерства являются ярким примером моделирования профессиональной деятельности. Школьники получают возможность сформировать объективное понимание о выбранной профессии, проверить себя на стрессоустойчивость, окунуться в рабочую рутину, посмотрев на выбранную профессию от лица её работника.

В настоящий момент наиболее востребованным конкурсом профессионального мастерства в России обещает стать Национальный чемпионат по профессиональному мастерству "Профессионалы".

Основная цель профессионального конкурса – демонстрация профессионального мастерства и его совершенствование. Каждое задание представляет собой моделирование настоящей профессиональной ситуации, где воспроизводятся реальные потребности начальства предприятия, клиентов, заказчиков и т.д. в соответствующей обстановке.

Столкнувшись с ситуацией, приближенной к реальности, ученик получает задания, для выполнения которых ему необходимо действовать как в реальной рабочей обстановке. Это могут быть задания, связанные как с производством конкретного продукта или оказанием услуги, так и документационная работа. Для выполнения заданий участнику предоставляется полный перечень необходимого для работы профессионального оборудования и инструментов. Оценивание ситуаций проводится исключительно через практическое их выполнение.

Многие современные специалисты работают в ситуации многозадачности, поэтому конкурсами профессионального мастерства так же могут быть предусмотрены задания в режиме командной работы. На первый план, в командной форме работы выходят навыки, способствующие эффективному выполнению задач, среди которых, навыки делегирования и распределения функций, межличностной коммуникации и сотрудничества, совместного оперативного планирования и снижение рисков принятия ошибочного или случайного решения.

Среди преимуществ участия в конкурсах и соревнованиях профессионального мастерства в профориентационных целях можно назвать следующие:

1. Мотивация к самосовершенствованию, улучшению своих навыков.
2. Обмен опытом с передовыми специалистами и другими конкурсантами, что способствует более стремительному процессу профессионального обучения.
3. Заслуги победителей могут позволить им претендовать на льготы при поступлении в учреждения СПО и вузы.
4. Возможность сделать что-то своими руками и оценить результаты своего труда.
5. Возможность поработать на профильных должностях.

6. К обучающемуся относятся как к профессионалу, пришедшему продемонстрировать и развить свой уровень профессионализма.

7. Работа на новом оборудовании, соответствующем современным стандартам.

В отличие от традиционных форм профориентации, конкурсы профессионального мастерства дают обучающемуся возможность самому выявить достоинства и недостатки выбранной профессии за счёт практических заданий. Увидев результат своего труда появляется стимул усерднее трудиться, чтобы в будущем достичь желаемой цели. После участия в конкурсе профессионального мастерства перед обучающимся стоит не абстрактный план действий, а конкретные цели и задачи - что делать и к чему стремиться. Конкурсы профессионального мастерства являются отличным стартом перед выбором будущей профессии. Подобные мероприятия объединяют в себе практические занятия, беседы с представителями различных профессиональных сфер и возможность получить от них ценный опыт, новые знакомства и постоянную коммуникацию, а также максимально объективное понятие о сфере, с которой учащийся планирует связать свою жизнь. Ребёнок может уже в юном возрасте почувствовать себя частью того общества, которое неустанно трудится на благо всего человечества и понять для самого себя, какой вклад он может в него внести.

В процессе участия в конкурсах профессионального мастерства обучающийся входит в стадию допрофессионализма, во время которой человек выполняет определённую работу, ещё не владея техникой профессии, но уже получая осязаемые результаты. Активное участие в системе ранней профориентации посредством конкурсов профессионального мастерства способствует развитию обучающегося в профессиональной сфере, практической реализации индивидуального профессионального развития, понимание ребёнком своих барьеров, препятствующих достижению профессиональных целей, ведь профессия – это постоянное совершенствование.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что конкурсы профессионального мастерства предоставляют условия для профессионального становления личности, а так же учитывают факторы профессионального становления, такие как перспективы изменения и развития профессий, потребность общества в тех или иных специалистах, материальные и моральные стимулы труда, мотивы выбора профессии и много другое, что делает конкурсы профессионального мастерства важнейшим и наиболее эффективным элементом профессионального становления личности.

Список используемой литературы:

- [1] *Зеер Э.Ф.* Психология профессионального самоопределения в ранней юности. - МПСИ, 2008.
- [2] *Филонов А.С., Кумратова Ж.Р.* НГГТИ(ФТСТ) - <https://scienceforum.ru/2018/article/2018003310>
- [3] *Зулунова, Г. В.* Профориентационная работа в школе / Г. В. Зулунова // Начальная школа.- 2011. - № 5.- С. 31-34.
- [4] *Сторожева, Г.* О профессиональном самоопределении учащихся: опыт средней школы № 403 г.Москвы / Г. Сторожева // Воспитание школьников.- 2004.- № 10
- [5] *Черник, Б.П.* Профессиональные конкурсы: слагаемые победы [Текст]: научно-практическое пособие / Б.П. Черник. – Новосибирск: НГТУ, 2016. – 170 с.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФОРИЕНТАЦИИ, КАК СРЕДСТВО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ (КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ)

*Студентка: Аверьянова Ольга
Преподаватель-консультант:
Симакина Ольга Анатольевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Многие современные исследования, показывают, что подавляющее большинство школьников как главную жизненную ценность называют материальное благосостояние. И только на пятом месте в рейтинге находится достижение успехов в профессиональной сфере. Соответственно расставлены приоритеты и в мотивах выбора будущей профессии: вначале идет высокая заработная плата, престижность и перспективность профессии и только в конце (3 % от опрошенных) - самореализация в профессии. Но это не значит, что в будущем их удовлетворит лишь внешний аспект ценностных ориентации и не заинтересует возможность самосовершенствоваться, применять свой творческий потенциал, получать удовлетворение от работы.

Перед современными педагогическими работниками стоит задача, объяснить, молодежи, что выбор профессии не начинается с материального вознаграждения, хотя, конечно имеет большое значение. Что бы профессия должна быть интересной и востребованной, и, конечно подходила по индивидуально психологическим качествам личности.

Для успешного овладения профессией необходимо, чтобы индивидуально-личностные характеристики человека соответствовали предъявляемым требованиям к профессии. Если при выборе профессии не учесть эти требования, то это может привести к снижению качества жизни, нервным перенапряжениям, различным нервно-соматическим расстройствам. Всё это говорит о важности осознанного и вдумчивого выбора своей профессиональной деятельности в подростковом возрасте.

С развитием дистанционного обучения и цифровизации образовании, необходимо учитывать и включать в профориентационную работу различные информационно-компьютерные и Интернет-технологии. Как одну из новых форм профориентации, можем предложить, план разработанного нами, как будущими менеджерами профориентационного занятия для школьников в цифровой среде. Этим обусловлена актуальность темы разработки.

Цель: разработать профориентационное занятие в цифровой среде, как современную форму профориентационной работы.

Задачи:

- изучить теоретический материал по теме
- познакомиться с профессиограммой повара - кондитера
- описать факторы выбора профессии
- составить план профориентационного занятия

Гипотеза: современные формы профориентации привлекут в учебные заведения более мотивированных абитуриентов
Групповое занятие для школьников по профессиональной ориентации.

Цель занятия: Формировать у воспитанников устойчивый интерес к получению знаний, необходимых для успешного профессионального самоопределения по специальности «Поварское дело».

Участники: учащиеся 9 – 11 классов средних школ, проявившие интерес к информации на портале колледжа, и принимающие решение выбрать специальность «Поварское дело». 5 – 8 человек.

Деятельность:

Структура занятия:

1. Приветствие и представление психолога. 2 минуты
2. Представление участников (Имя, номер школы и класс, что вызвало интерес к этой специальности) 6 – 8 минут.
3. Ведущий ребятам называет правила выбора профессии: 1 минута.
 - 3.1. ПРОФЕССИЯ должна нравиться.
(просмотр видеоролика о специальности «поварское дело» 1,5 мин)
 - 3.2. ПРОФЕССИЯ должна соответствовать возможностям и способностям человека (основная тема занятия).
 - 3.3. ПРОФЕССИЯ должна быть востребованной на рынке труда.(домашнее задание: познакомиться с вакансиями на специализированных сайтах)
4. Беседа 20 мин.

Вопрос:

1. Что Вы знаете о профессии повар?
(выступления, обсуждения)
2. Как Вы думаете, какие черты характера помогают в работе специалисту по поварскому делу и почему?
(выступления, обсуждения)
 - 2.1. Обладаете ли Вы такими чертами характера?
3. Как вы думаете, какие черты характера мешают в работе специалисту по поварскому делу и почему?
(выступления, обсуждения)
 - 3.1 Обладаете ли Вы такими чертами характера?
4. Как вы думаете, чем занимается специалист по «Поварскому делу» и где вы будете работать?
(выступления, обсуждения)

Упражнения:

1. Задание «Классификация профессий». 5 минут

Ведущий предлагает вспомнить с помощью таблицы классификации профессий по предмету труда, что означает каждый тип профессии:

Человек – человек. Предмет труда – люди.

Человек – техника. Предмет труда – машины, аппараты, приборы.

Человек – знаковая система. Предмет труда – знаки, цифры, формулы, слова.

Человек – художественный образ. Предмет труда – художественные образы и их элементы.

Человек – природа. Предмет труда – земля, вода, погода, растения, животные.

Поварское дело, профессия типа человек – техника.

Тип «человек - техника» включает в себя профессии, связанные с созданием, монтажом, сборкой и наладкой технических устройств, эксплуатацией технических средств,

ремонт техники, например: инженер-строитель, инженер-механик, мастер по ремонту видео и аудиоаппаратуры, монтажник, слесарь и др.

Психологические требования профессий этого типа к человеку:

точное зрительное, слуховое, вибрационное и кинестетическое восприятие;

хорошая координация движений;

развитое техническое и творческое мышление и воображение;

умение переключать и концентрировать внимание;

наблюдательность.

Задание 2. 6 минут

Попробуйте сформулировать, если Вы выберете профессию повар, что вам скажут:

1) ваши родители;

2) ваши друзья;

3) ваш классный руководитель.

Ответы на вопросы, прощание 2 мин.

Результат:

1. Оказание информационной поддержки в развитии профориентационной компетентности;

2. Формирование потребности в осознанном выборе будущей профессии.

3. Развитие навыков группового взаимодействия (умение выслушивать и высказываться самому).

Занятия в цифровой среде, безусловно, будут интересны молодежи, и позволят узнать больше информации из мира профессий.

Список используемой литературы:

[1]. Швецова, Н. В. Современные методы и технологии сопровождения профориентации в школе / Н. В. Швецова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 44 (386). — С. 202-205. — URL: <https://moluch.ru/archive/386/85033/> (дата обращения: 25.11.2022).

[2]. Шеламова Г.М. Культура делового общения при трудоустройстве Учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия».2018.

[3]. Шеламова Г.М. Психология и этика профессиональной деятельности. Общественное питание Учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия».2018

РАННЯЯ ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНИКОВ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Студентки: Андрианова Варвара,

Гаврилова Елена

Преподаватель-консультант:

Бердюгина Ирина Петровна

СПб ГБ ПОУ «Колледж «Звездный»

Цель: Формирование профессионального становления личности за счет ранней профориентации для школьников.

Гипотеза: Предполагаем, что профессиональные пробы позволят учащимся освоить новые навыки и найти себя

Общие компетенции:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
- ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

В данной работе мы использовали такие методы исследования, как:

1. Визуализация – проведение кейсов.
2. Наблюдение – работа модератора.
3. Анализ – конечный результат.
4. Анкетирование – проведение онлайн опроса.

После прочтения нашей исследовательской части, перейдем, непосредственно, к сути нашего визита и ознакомлению с профессиональными пробами.

Профессиональная проба – «профессиональное испытание, моделирующее элементы конкретного вида профессиональной деятельности, завершённый процесс которого способствует сознательному, обоснованному выбору профессии». В качестве одного из примеров приведем следующий набор из восьми целей, на достижение которых должна быть направлена профессиональная проба:

- 1) накопление специальных знаний, овладение умениями и навыками в рамках выбранной профессиональной деятельности;
- 2) овладение обще-профессиональными компетенциями
- 3) развитие обще-профессиональных компетенций
- 4) приобретение основ трудовых умений и навыков;
- 5) формирование опыта обще-учебной и познавательной деятельности;
- 6) воспитание необходимых для трудовой деятельности качеств;

- 7) формирование интереса и положительного отношения к трудовой деятельности;
- 8) формирование потребности в собственной реализации личности в социуме посредством выбираемой профессии.

Теоретическое осведомление пройдено, сейчас расскажем вам о наших практикумах и подходах к аудитории. Начнем с кейса «Снежинка».

Кейс «Снежинка» Деловая игра

Ознакомление: Мысль, что для построения успешного бизнеса необходимо знать свой рынок, клиента и его проблемы только кажется очевидной. На деле, большинство технологических предпринимателей сосредоточенных на разработке продукта и не слишком стараются понять своего пользователя.

Смысл игры: Деловую игру "Снежинка" придумала команда LeanStartupMachine, а мы адаптировали ее к обучению групп вплоть до 100 человек. Игра выглядит очень просто: команды вырезают из бумаги снежинки и продают их заранее "назначенным" покупателям. Выигрывает команда, которая заработала больше денег по результатам 5-ти раундов.

Подвох в том, что все покупатели разные и по-разному оценивают красоту снежинки, а соответственно и по-разному назначают цену за нее. Тот, кто быстрее и лучше других поймет своих клиентов и сможет предоставить тот продукт, за который готовы платить дорого – победит. Звучит просто, но на деле гораздо сложнее и интереснее.

Инструктаж: Игру можно проводить на аудиторию от 15 до 100 человек (условно). Участники должны быть поделены на команды по 4-8 человек. Каждая команда и будет компанией, производящей и продающей снежинки.

У хорошо сыгранных команд будет преимущество перед теми, кто только познакомился друг с другом. Поэтому хорошей идеей будет разбить участников на команды случайным образом.

Кроме команд, для игры понадобятся клиенты – люди, которые будут покупать снежинки. На каждые 3-4 команды должен быть 1 клиент.

Ну и не обойтись без ведущего, он же будет поставщиком материалов и "налоговой".

После того, как результаты зафиксированы, наступает время рефлексии. Вам нужно с помощью вопросов подталкивать команды к пониманию механики игры. Рефлексия происходит после каждого раунда, поэтому не нужно задавать все вопросы сразу.

Окончание игры: После того, как закончится последний раунд, и вы подведете итоги, можно сразу объявить победителя. Но, если позволяет время, можно добавить еще одну активность.

Попросите команды по очереди описать предпочтения каждого из покупателей. Спрашивайте команды По-очереди, чтобы про каждого покупателя высказались 3-4 команды. Тот, кто, по мнению покупателя, угадает точнее – получает дополнительно 5 у.е.

Выводы из игры.: Данный кейс помогает развивать следующие навыки: коммуникативные, ведь все участники непосредственно разговаривают между друг другом и организаторами кейса; работа в команде, т.к. участники делятся на команды и учатся работать в ней; обобщенность мышления, потому что участники собирают нужную им информацию у организаторов и на их основаниях делают выводы; получают опыт, которые понадобятся учащимся в будущем; анализ спроса и предложений, участники проф. проб анализировали данный фактор и делали для себя и свой команды определенные выводы; умение преодолевать трудности, ведь учащиеся сталкивались с

многими трудностями при участие в кейсе, это помогает быстро найти выход из трудной ситуации.

Второй практикум не менее интересный, чем кейс «Снежинка». Деловая игра «Собеседование» научит многим положительным качествам, которыми должен обладать начинающий работник.

Кейс «Собеседование» Деловая игра

Ознакомление: Менеджер по продажам – это специалист, который занимается продажей товаров или услуг, которые реализует или производит компания. В его обязанности входят переговоры с клиентами, поиск новых клиентов и увеличение базы клиентов, оформление сделок. Также менеджеры по продажам участвуют в формировании ассортимента товаров в зависимости от потребностей целевой аудитории.

Инструктаж и суть: в начале практикума ведущие предупреждают о правиле поведения, что если во время игры звенит колокольчик, то нужно создать тишину и обратить внимание на них, и если кто-то из участников не придерживается этого условия, то у него снимаются баллы. После, участники поделятся на два островка, как будут расставлены столы. Они будут сидеть парами напротив друг друга. Всего будет 7 раундов, в каждом из них будет новый вопрос, на который нужно ответить соискателю и новая пара. Длительность каждого раунда 1 минута, первые 30 секунд один из пары будет рекрутером, принимающим на работу, а другой соискателем, отвечающим на вопрос, а следующие 30 секунд наоборот. После этого участникам выдаются индивидуальные бумажные «легенды», на которых отображается их имя, должность, вакансия и компания, в которую они идут устраиваться. Далее, им выдаются стикеры-баллы, которые нужно будет отдать в конце всех раундов одному из 7 собеседников, которого они бы приняли на работу. Тот, кто наберёт больше всего таких баллов, тот становится победителем и забирает подготовленный приз. Также у 3 участников, которые будут лучше соблюдать критерии: спокойствие и уверенность, невербальное общение, активность, будет возможность получить бонус баллы от ведущих игры, следящих за их соблюдением. После этого, участникам даётся буквально 10 секунд, чтобы пофантазировать и на основе своей, ранее выданной, вакансии придумать достижения и опыт работы на данной должности. Перед началом игры будет показан удачный и неудачный пример собеседования.

После ознакомления с представленными выше кейсами, хотим обратить внимание и не на маловажную персону, такую как МОДЕРАТОР и подведем итоги.

Модератор - пользователь на общественных сетевых ресурсах (чатах, форумах, конференциях, играх), имеющий более узкие права, чем администратор, но более широкие права, чем обычные пользователи, игроки. В отличие от администратора, чаще всего следит за соблюдением правил ресурса в конкретных темах или разделах сетевого ресурса. Это человек, который помогает в обсуждениях, направляет ход мыслей, а так же наблюдает за всем процессом.

Анализ: Участие в профессиональных пробах помогает учащимся в раннем направлении профессионального становления личности

Общий вывод: Ученики на собственном опыте узнают о своих индивидуальных качествах и способностях, а так же могут соотнести свой природный и накопленный потенциал с требованиями конкретной практической деятельности в различных сферах труда.

Список используемой литературы:

- [1]. Гирба, Е.Ю. Презентация профессионального мастерства как средство повышения квалификации учителя [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.Ю. Гирба, С.Б. [2]. Светлолобова, О.С. Полковникова, Ю.Г. Хохлова. – М.: Перспектива, 2015. — 144 с.
- [3]. Иншакова, И.В. Новые подходы и требования к системе повышения профессионального уровня педагогических кадров образовательных учреждений при реализации ФГОС [Текст]: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – М.: Педагогическое общество России, 2015. – 256 с.
- [4]. Карпов, А.В. Профессионализм современного педагога: методика оценки уровня квалификации педагогических работников [Текст] / А.В. Карпов, М.Д. Кузнецова, В.Д. Шадриков. – М.: Логос, 2015. – 168 с.
- [5]. Мандель, Б.Р. Инновационные технологии педагогической деятельности [Текст]: учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Директ-Медиа, 2016. – 232
- [6]. Пахомова, Е.М. Учитель в профессиональном конкурсе [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.М. Пахомова, Л.П. Дуганова. - М.: АПК и ППРО, 2016. - 168 с.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФОРИЕНТАЦИИ, КАК СРЕДСТВО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Студент: Вьюнышев Артем

Преподаватель-консультант:

Большакова Ирина Геннадиевна

СПб ГАПОУ "Морская техническая академия

имени адмирала Д.Н. Сенявина"

Аннотация

Цель: Выявить, какие новые возможности существуют для поведения профориентации.

Гипотеза: Можно предположить, что государственные инновации и проекты в сфере образования, положительно влияют на самоопределение старшеклассников.

Методы исследования: Ситуационный анализ, обобщение справочной литературы.

Что такое профориентация:

Профессиональная ориентация — это система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку молодёжи к выбору профессии с учётом особенностей личности и социально-экономической ситуации на рынке труда, на оказание помощи молодёжи в профессиональном самоопределении и трудоустройстве.

Для чего нужна профессиональная ориентация:

Профориентация нужна для того, чтобы помочь человеку сделать выбор на разных этапах профессионального пути: выбор профиля обучения после окончания школы, выбор специализации, выбор места работы и смена профессии

Постановка проблемы. Одна из задач современного образования — подготовка молодежи к выбору профессии и успешному осуществлению профессиональной деятельности во взрослой жизни. На каждом этапе образования эта функция тесно связана с другими направлениями социализации учащейся молодежи — обучением и воспитанием. Однако почему-то эффективность только системы профессионального образования (вузов и колледжей) измеряют по качеству профессиональной подготовки и количеству выпускников, трудоустроившихся по специальности в первый год после окончания учебного заведения. Школа, несмотря на приписываемую ей функцию профориентационной работы с учащимися, не оценивается по такому критерию, как сформированность их профессиональной ориентации и готовность к профессиональному выбору.

Понятно, что на современной российской школе и без того лежит огромный груз важных и трудных задач, ответственности перед учениками, их родителями, а также государством за качество подготовки. Тем не менее риски образовательной неуспешности, определяемые неправильным выбором профессии, связаны, прежде

Появление новых возможностей в профориентации:

Поскольку государство отвечает за организацию эффективной профориентации в школе и организует взаимодействие между школой, школьником, колледжами, вузами и работодателем, то оно должно создавать специальные структуры и организации, отвечающие за профориентацию. Государство также отвечает за финансовое обеспечение этой деятельности, разработку нормативных актов, ее регулирующих.

Сегодня видение государством системы профориентационной работы в российских школах отражено в ряде стратегических документов. Национальный проект РФ «Образование» предусматривает реализацию двух стратегических целей: вхождение России до 2024 г. в число 10 ведущих стран мира по качеству общего образования и воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций [9]. Одним из оснований реализации этих стратегических целей является создание новых подходов к профориентации школьников.

Некоторые федеральные проекты, входящие в состав нацпроекта «Образование», посвящены ранней профориентации детей и молодежи. Например, в федеральном проекте «Современная школа» сформулирована задача: к 2024 г. осуществлять реализацию общеобразовательных программ в сетевой форме в 70 % организаций начального, основного и среднего общего образования, что будет способствовать формированию устойчивой профессиональной ориентации школьников.

В другом федеральном проекте — «Успех каждого ребенка» — на профориентацию направлены проекты «Проектория» и «Билет в будущее». «Проектория» — это сайт по бесплатной профориентации для детей, предлагающий школьникам поучаствовать в решении современных технологических задач от крупных компаний и инженерных вузов. В документе декларируется, что в обмен участники смогут получить образование, стажировку, трудоустройство или другое поощрение от заказчика.

«Билет в будущее» — проект ранней профориентации для учащихся 6–11-х классов. Федеральным оператором проекта является Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих кадров «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» при поддержке Министерства просвещения Российской Федерации. Проект предполагает проведение предварительного диагностического тестирования учащихся, после которого они могут принять участие в профессиональных пробах.

Таким образом, сегодня посредством механизмов стратегического управления образованием сделана попытка закрепить практику профессиональных проб — проведения практико-ориентированных мероприятий, которые позволяют школьникам погрузиться в какую-либо профессиональную сферу. Задача профпробы заключается в том, чтобы сформировать у школьников представление о профессии или компетенции. Поэтому деятельность в рамках мероприятия прямо соответствует той практике, которая существует в той или иной сфере работы, без развлекательного или игрового содержания.

На региональном и муниципальном уровнях для реализации целей национальных и федеральных проектов задействованы механизмы целевых программ. Так, в Свердловской области в соответствии с федеральными проектами реализуется региональная государственная программа «Развитие системы образования в Свердловской области до 2024 года», а в ее рамках — проект «Уральская инженерная школа», рассчитанный на период до 2034 г. Целью данного проекта является обеспечение условий для подготовки в Свердловской области рабочих и инженерных кадров в масштабах и с качеством, удовлетворяющим текущим и перспективным потребностям экономики региона.

Одним из таких условий как раз и является эффективная профориентационная работа в общеобразовательных организациях со ступени начальной школы. На третьем этапе реализации проекта (с 2019 по 2025 г.) предполагается расширение ресурсной базы подготовки инженерных кадров в учреждениях общего и дополнительного образования, совершенствование педагогических методик обучения и организационных подходов к осуществлению сетевого взаимодействия между образовательными учреждениями.

Проектом в рамках такого взаимодействия предусматривается участие преподавателей вузов в обучении старшеклассников по математике и предметам естественно-научного цикла.

Рассмотрим пример других регионов, так в Екатеринбурге (на муниципальном уровне) в рамках программы «Развитие системы общего образования в муниципальном образовании “город Екатеринбург” в условиях введения федеральных государственных образовательных стандартов» на 2017–2020 гг. реализуется проект «Екатеринбургская инженерная школа». Он предусматривает построение системы непрерывного технического образования, включающей все уровни общего, профессионального, дополнительного образования. При этом предполагается реализация этой системы в условиях сетевого взаимодействия образовательных организаций с организациями бизнеса и промышленности, органами власти. Пилотными районами города, внедряющими проект, стали Орджоникидзевский и Чкаловский, реализацией программ технической направленности в Екатеринбурге занимаются организации дополнительного образования. Общеобразовательные организации г. Екатеринбурга, проводя профориентационные программы, взаимодействуют с органами местного самоуправления, Министерством образования и молодежной политики Свердловской области, Департаментом труда и занятости населения и их подведомственными организациями (центрами занятости), Дворцом молодежи, Региональным координационным центром WordSkills Russia.

В соответствии с проектом «Билет в будущее» школами реализуются такие направления профориентационной работы, как: 1) обеспечение участия школьников во всероссийских открытых уроках по профессиональной навигации; 2) разработка и реализация внутришкольных образовательных проектов и программ профориентационной направленности; 3) взаимодействие профессиональных образовательных организаций с общеобразовательными учреждениями в части проведения профориентационных мероприятий (профессиональные пробы, мастер-классы, презентации); 4) проведение центрами занятости в школах информационно-профориентационных мероприятий с учащимися 8–11-х классов о востребованных профессиях (специальностях) на региональном рынке труда; 5) информационное сопровождение родительской общественности по вопросам профориентации обучающихся в рамках работы областного родительского комитета; 6) обеспечение участия школьников в федеральном проекте ранней профориентации «Билет в будущее»; 7) организация и проведение соревнований возрастной группы юниоры (до 16 лет) в рамках чемпионатов «Молодые профессионалы» (WordSkills Russia), проходящих на территории Свердловской области.

Между тем анализ контента сайта Министерства образования и молодежной политики Свердловской области за 2019 г. показал, что в соответствии с проектами было проведено лишь несколько мероприятий. Среди них — Единый день профориентации (июль 2019 г.) с презентацией колледжами г. Екатеринбурга профориентационной программы «Город мастеров»; открытие трех современных кабинетов технологии в школах г. Первоуральска (в рамках создания центров ранней профориентации для реализации программы «Уральская инженерная школа»); заседание общественных советов при Министерстве образования и молодежной политики и при Департаменте труда и занятости Свердловской области (октябрь 2019 г.); размещение на сайте министерства объявления о старте проекта ранней профориентации «Билет в будущее» в Свердловской области. Таким образом, по результатам анализа контента сайта министерства можно сделать вывод, что системная работа по ранней профориентации в

системе школьного образования только начинается и судить о ее результативности преждевременно.

Еще один участник взаимодействия по профориентации школьников Свердловской области — это Региональный координационный центр WordSkills Russia. Его главная цель — содействие осуществлению в регионе деятельности, направленной на развитие профессионального образования в соответствии со стандартами международной организации WordSkills International для обеспечения экономики региона высококвалифицированными кадрами, повышения роли профессиональной подготовки в его социально-экономическом и культурном развитии.

Союз WordSkills Russia запустил проект WorldSkills Russia Juniors для ранней профориентации учащихся общеобразовательных организаций по направлениям рабочих специальностей. Как известно, с 2016 г. ежегодно проводятся региональные и национальные соревнования WorldSkills. В докладе Министерства образования и молодежной политики Свердловской области приводятся данные об определенных успехах региона в этих соревнованиях, но, по данным 2018 г., школ из г. Екатеринбурга, участвующих в движении WorldSkills, было всего две. Поскольку мероприятия по направлению JuniorSkills осуществляется на базе организаций дополнительного образования, то, соответственно, оценить участие в них школ не представляется возможным. Кроме того, возможность обучаться в центрах JuniorSkills получают наиболее способные дети, число которых невелико. Возникает вопрос, что же делать с остальными школьниками, которые в силу разных причин не имеют возможности посещать учреждения дополнительного образования?

Список используемой литературы:

- [1]. Краткий словарь по социологии / Авт.- сост. П.Д. Павленок. М. : ИНФРА-М. 2000. 272 с.
- [2]. Новые смыслы в образовательных стратегиях молодежи: 50 лет исследования / Д.Л. Константиновский, М.Л. Абрамова, Е.Д. Вознесенская, Г.С. Гончарова, В.Т. Костюк, Е.С. Попова, Г.А. Чередниченко. М. : ЦСП и М. 2015. 232 с.
- [3]. Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» [Электронный ресурс]. – URL: <https://worldskills.ru/> - Дата обращения: 20.11.2022

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФОРИЕНТАЦИИ, КАК СРЕДСТВО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В МОЕЙ ПРОФЕССИИ)

*Студентка: Иванова Полина
Преподаватель-консультант:
Гончарова Татьяна Анатольевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Все когда - либо задавались вопросами о том, что такое профориентация, как выбрать профессию, кем быть и где учиться, как избежать ошибок при выборе будущей специальности, какие виды профориентации существуют и доступны каждому человеку независимо от возраста,

Профессиональная ориентация - профессиональное самоопределение - это комплекс действий для выявления у человека склонностей и талантов к определённым видам профессиональной деятельности, а также система действий, направленных на помощь в выборе карьерного пути людям всех возрастов.

Вот такой комплекс и разработан и уже давно и успешно работает в нашем колледже. Но, приоритеты молодежи меняются, поэтому преподаватели и студенты старших курсов, постоянно разрабатывают новые формы профориентационной работы.

Мы - будущие специалисты сферы туризма, и будущее трудоустройство, конкурентоспособность, напрямую зависят от знания иностранного языка. В наши дни, работодателям, интересен не сам иностранный язык, и никто давно не нанимает на работу переводчиков. Работодателю интересен работник, владеющий иностранным языком в сфере профессиональной коммуникации, иными словами профессиональный иностранный язык. Достигнуть этого можно, привлекая абитуриентов с хорошими базовыми знаниями по иностранному языку и высокой мотивацией к его изучению. Поэтому существует потребность в разработке новых форм профориентационной работы с использованием профессионального английского языка. Этим обусловлена актуальность темы.

Цель: Разработка новых форм профориентационной работы по профессиональному английскому языку, для привлечения абитуриентов с высокой мотивацией к изучению иностранных языков.

Задачи:

- изучение теоретического материала по теме
- разработка новых форм профориентационной работы с элементами профессионального английского языка
- описание методик и обмен опытом

Гипотеза: Проведение профориентационных мероприятий на английском языке привлечет в колледжи мотивированных абитуриентов с хорошими базовыми знаниями по иностранному языку.

Поэтому, я хочу представить, традиции изучения иностранного языка в нашем колледже и о том, как мы его презентуем в дни встреч со школьниками.

Предметно – цикловая комиссия «Иностранных языков» участвует в трёх основных видах профориентационной работы на отделении «Ресторанного сервиса»

1. День открытых дверей в колледже в последнюю субботу месяца, для желающих познакомиться со специальностями и профессиями колледжа.

2. Организованные экскурсии школьных классов, в рамках утвержденных программ по профориентации.

3. Участие школьников в конкурсах для студентов нашего отделения «Английский язык в моей профессии», в дистанционном формате.

Традиционно, на Дне открытых дверей, встречает гостей заведующая отделения в конференц – зале. Руководители отделения знакомят учащихся и их родителей со специальностями и профессиями отделения и организацией учебного процесса.

Затем, гости знакомятся с учебными лабораториями и классами, в том числе иностранного языка. Преподаватели иностранного языка и старшекурсники разработали презентацию «Учить английский весело» в которой представлено все, что касается изучения иностранного языка: программы, учебники, как разделяется класс по уровню базовых знаний, критерии оценки по предмету, конкурсы, олимпиады.

Преподаватели иностранного объясняют особенности профессионального языка, говорят о важности знания иностранного языка для менеджера в таком городе как Санкт – Петербург. Приводят примеры карьерного роста выпускников.

В лаборатории, их ждёт тематическая презентация, которую представляют студенты, конечно в сопровождении преподавателей иностранного языка, например в марте «Русский праздник -Масленица». Это выступление об истории праздника и традициях масленичной недели. Это отличная практика для студентов, потому что рассказ должен строится простыми, понятными для иностранцев фразами. Потом участники идут в лабораторию на мастер - класс по выпеканию блинов, принимают участие в приготовлении и возвращаются, уже сытые в зал, где их ждут традиционные масленичные игры. Игры проводят студенты колледжа. Мероприятие проходит весело и непринуждённо.

Учитывая, что так или иначе, все праздники и события в жизни людей связаны с кулинарными традициями, каждый день открытых дверей имеет свою тематику. Это «Особенности пасхально – обрядовой кухни», история «военно – полевой кухни», «Традиции украшения рождественских пряников» и др.Одна из тем Дня открытых дверей была посвящена традиции английского чаепития - “ 5 O'clock tea”, из которой школьники узнали об основных традициях англичан и сами с удовольствием отвечали на вопросы. Кроме дискуссии ребят познакомили с секретами заваривания чая.

Начинается действие с того, что преподаватель спрашивает у школьников, какие ассоциации у них вызывает слово «Англия». Школьники обычно отвечают: Королева, Биг Бен, дабл декер...

Далее слово берут студенты и рассказывают о традиции“ 5 O'clock tea”,

Зрители – школьники мысленно переносятся в Англию, в далёкий 1664 год, идёт рассказ по слайдам об истории зарождения чайной традиции, о самой чайной церемонии и обязательном компоненте – беседе , о том, почему именно в 5 часов.

Студенты объясняют почему 5 O'clock tea – именно с молоком. Далее они пробуют заваривать чай и пробуют и с молоком, и с лимоном .

Следующая форма профориентационной работы – это организованные экскурсии школьных классов в рамках школьных программ профориентации..

После традиционной короткой беседы в конференц - зале гости поделились на группы и в сопровождении наших студентов отправились по станциям, где им предстояло самим выполнять неизвестные для них задания.

Учащиеся школ смогли проверить себя на знание не только банкетной сервировки, но и английского языка. На станции «*Enjoy cooking* /Готовим с душой» преподаватели провели со школьниками интерактивную игру на английском языке.

Сначала ребятам пришлось перевести с английского на русский несложное меню, затем, они с удовольствием сами подбирали нужные ингредиенты для салата, борща, компота. Выбирали то, что не нужно для того или иного блюда. Игра проходила в занимательной непринуждённой форме и школьники вышли из класса вдохновлёнными. Страх перед изучением иностранного языка уже не было.

Стало традицией, на нашем отделении ежегодно проводить конкурс «Английский язык в моей профессии» для старшекурсников – технологов и менеджеров. Одно из заданий – реклама ресторана на английском языке. К этому конкурсу, по приглашению приёмной комиссии привлекались школьники. В школы рассылались письма – приглашения. Так же они могли принять участие в конкурсе сервировка стола. После пандемии, когда мы перешли больше на дистанционный формат, было разработано

Положение об участии школьников в конкурсе на английском языке – «Моя столовая», где прописаны требования к содержанию и оформлению конкурсных работ, состав жюри – это преподаватели специальных дисциплин.

К участию приглашаются учащиеся 9-11 классов школ Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Конкурс проводится с 18 февраля 2022 года по 23 марта 2022 года в три этапа:

- предоставление заявок на участие в конкурсе с приложением к заявкам конкурсных работ в конкурсную комиссию;
- оценка конкурсных работ конкурсной комиссией и отбор победителей конкурса;
- подведение итогов конкурса: вручение сертификатов участникам и награждение победителей конкурса.

Презентация школьников включает:

1. Описание школьной столовой: месторасположение школьной столовой, часы работы, персонал столовой, контингент посетителей, интерьер (цветы, картины, оформление оконных проемов и т.д.), число столиков и посадочных мест, вид обслуживания (шведский стол, самообслуживание...), меню с кратким описанием ингредиентов блюд, какая столовая посуда и столовое белье используются.

2. Проект школьной столовой будущего. Например, новое меню, интерьер, мебель и так далее. Новые предложения должны быть разработаны и представлены в виде описания и фото и (или) видеоматериалов.

Вся презентация исполняется на английском языке. Возможно озвучивание.

На приглашение откликнулись много школьников, победители получили сертификаты и право внеконкурсного поступления в колледж.

Мы, старшекурсники, сами с удовольствием принимаем участие во всех таких мероприятиях и когда рассказываем о нас начинаем любить свой колледж и профессию ещё больше.

И, конечно, современным школьникам, не очень интересны обычные рассказы о профессиях. С большим удовольствием они участвуют в интерактивных формах. Такие занятия позволяют определить насколько тебе нравится профессия и насколько ты готов ее осваивать.

Список используемой литературы:

- [1]. Мельникова, М. А. Организация и проведение профориентационной работы / М. А. Мельникова, А. А. Васильев // Среднее проф. образование. — 2021. — № 12. — С. 37-39.
- [2]. Соловьева, Д. Профориентация: как наверстать упущенное с помощью интернет — сервисов / Д. Соловьева // Справ. клас. рук. — 2021. — № 3. — С. 66-73.

Интернет ресурсы:

- [3].Официальный портал Колледжа туризма Санкт-Петербурга, - <https://www.ktgs.ru/?ysclid=lb3ns22gf8656576401>

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОФЕССИЙ И СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ЧЕРЕЗ ПРОВЕДЕНИЕ СОРЕВНОВАНИЙ КОНКУРСНОГО ДВИЖЕНИЯ «МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ»

Студент: Кафтанюк Александр

Преподаватель-консультант:

Большакова Ирина Геннадиевна

*СПб ГАПОУ "Морская техническая академия
имени адмирала Д.Н. Сенявина"*

Цель: Выявить актуальность популяризации профессий и специальностей, через проведение соревнований конкурсного движения «Молодые профессионалы».

Гипотеза: Можно предположить, что конкурсное движение актуально и положительно влияет на повышение популярности профессий и специальностей.

Методы исследования: Ситуационный анализ, обобщение справочной литературы.

WorldSkills – международное некоммерческое движение, основанное в 1950-м году. Целью организации 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.

Профессиональное воспитание направлено на формирование учащихся интереса к изучаемой профессии, мастерства и нравственного облика молодого человека. Путем профессионального воспитания учащиеся учатся профессиональной гордости, привыкают ценить честь приобретаемой профессии.

Профессиональное воспитание начинается с приобщения молодого человека к работе по изучаемой профессии. Важно, чтобы выбор профессии был сознательным. В процессе этого воспитания учащиеся непрерывно повышают свои профессионально-технические знания, усваивают опыт трудовой деятельности, обмениваются приобретенным опытом между собой, совершенствуют свое профессиональное мастерство.

РОЛЬ ТВОРЧЕСТВА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА

Важным средством развития творческих способностей обучающихся является приобщение их к свободной импровизации, умению находить в обычных блюдах и кондитерских изделиях новые аналогии. Чтобы занятия по учебной практике были творческими, следует создать атмосферу доброжелательности и взаимопонимания. Никакая идея, даже самая плохая, не должна критиковаться. Мало того, для развития творческого роста необходима некоторая база знаний: умение анализировать, комбинировать, находить в предмете или объекте несвойственные ему признаки, а так же выделять аналогичные в других объектах или предметах. Сформировать и развивать эти умения, заинтересовать, сделать так, чтобы обучающимся нравилось то, что они делают: только тогда они с удовольствием пойдут на занятия и с радостью выполнят поставленную задачу.

КОНКУРС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ПОДГОТОВКИ УЧАЩИХСЯ

В современных условиях резко возрастает роль творчества в профессиональной деятельности специалистов. При этом включение в творческую деятельность происходит уже на самых ранних этапах профессиональной карьеры. Подготовка будущего специалиста к творчеству в процессе получения им профессионального образования в УНПО складывается в определенную систему. Становление творческой и профессиональной деятельности учащихся необходимо осуществлять на личностной основе с максимальным развитием в них готовности к творчеству, находящем свое воплощение в различных сферах жизнедеятельности человека.



КОНКУРС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА «ОБРАБОТКА ОВОЩЕЙ И ГРИБОВ»

Конкурс профессионального мастерства включает в себя две части теоретическую и практическую. Критериями оценки практической деятельности учащихся являются:

1. внешний вид,
2. организация рабочего места,
3. соблюдение правил техники безопасности,
4. соблюдение технологического процесса приготовления блюд, подача и оформление блюд.

Критериями оценки теоретической оценки конкурса является правильность выполнения теста, за каждый правильный ответ, на вопросы которого каждый участник получает один балл. Участники, набравшие максимальное количество баллов, становятся победителями конкурса. В целом, конкурс профессионального мастерства наиболее серьезно, полно и глубоко оценивает знания. Умения и навыки учащихся по профессии.

КОНКУРС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА «ОВОЩИ - НАШИ ДРУЗЬЯ»

Конкурс по нарезке овощей проводится между учащимися 1 курса. Формируется 2 команды по 7 человек. Целями конкурса являются: определение уровня профессионального мастерства и развития интереса к профессии, умений и навыков

учащихся. Начало конкурса представляет собой игровой момент (название команды, приветствие, эмблема). Дальнейшее проведение конкурса напрямую направлено на реализацию поставленных целей. Второй этап конкурса предполагает простую нарезку овощей: моркови, свеклы, картофеля. Предусмотренная форма нарезки: соломка, брусочки, кубики. Данный этап конкурса определяет уровень профессионального мастерства учащихся. Третий этап конкурса не только определяет формирование профессиональных навыков, но и развивает умение и навыки учащихся, причем не только профессиональные, но и обще учебные, т.к. данный этап (вырезание цветов и составление букетов) предполагает помимо всего остального, развитие художественного вкуса и творческого мышления.



Конкурс профессионального мастерства является наиболее важным по силе воздействия на профессионализм учащихся и по определению уровня их профессиональной подготовки. Именно в нем учащиеся способны проявить свои теоретические знания по предметам профессионального цикла, профессиональные умения и навыки, а также способность проявить творчество и профессиональную смекалку. Молодому человеку, который сегодня вступает в жизнь, предстоит строить и развивать новый мир, отличающийся от того, в котором выросли мы. И то, как он будет жить в новом мире, зависит от нас мастеров и преподавателей. Недаром народная мудрость гласит: «Не тот учитель, кто учит, а тот у кого учатся и чему учатся».

Список используемой литературы:

- [1]. Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» [Электронный ресурс]. – URL: <https://worldskills.ru/> - Дата обращения: 20.11.2022

КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ЗНАЧИМЫЙ ФАКТОР ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И САМООБРАЗОВАНИЯ

Студент: Косолапченков Кирилл

Преподаватель-консультант: Бердюгина Ирина Петровна

СПб ГБПОУ «Колледж «Звездный»

Цель исследования:

Я хочу провести исследования и изучить следующие критерии:

1. Определить значимость конкурсов
2. Узнать, что даёт участие в конкурсах
3. Определить, как конкурсы влияют на сообразование
4. Определить, что конкурсы дают для профессионального развития
5. Изучить, какие есть конкурсы
6. Узнать, насколько интересно участие в конкурсах

Насколько важны конкурсы профессионального мастерства?

На сегодняшний день существует большое количество конкурсов профессионального мастерства, например, такие как: «World Skills Russia», «Большая перемена», «Всероссийский кейс-чемпионат от высшей школы экономики» и другие. Изначально стоит разобраться, что вообще даёт участие в конкурсах? Цель заключается в получении материальной поддержки, приобретении опыта, развитии личных навыков, получении новых знаний, поощрительных призов, незабываемых эмоций и новых знакомств.

Какова значимость конкурсов на самом деле?

Для исследования вопроса, я вывел следующую гипотезу. Возможно участие в конкурсах профессионального мастерства помогает выстроить успешное будущее и подарить незабываемые эмоции? Попробуем подтвердить данную гипотезу, на опыте участия конкурсантов.

История колледжа участия в конкурсном движении по компетенции «Предпринимательство»

Впервые «Колледж «Звездный» принял участие в конкурсе профессионального мастерства в 2016 году. Региональный чемпионат, в котором ребята принимали участие, в СПб был организован впервые – «World Skills Russia» по компетенции «предпринимательство». Участниками стали студенты, обучающиеся на специальности «коммерция (по отраслям)».

22 октября 2022 года в рамках Единого дня открытых дверей Федерального проекта «Профессионалитет» кластера "Легкая промышленность" в Колледже "Звездный", представлявшем специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям), состоялся Бизнес-завтрак "История успеха", куда были приглашены выпускники колледжа. Они рассказали о том, что получили большое количество новых знаний, опыта, знакомства, а самое главное, эмоции. Они в настоящее время особенно выделяют моменты участия в конкурсах, во время учёбы, так как для них это действительно были яркие моменты, эмоции, азарт, соревновательный интерес. **Самое главное, что всем навыкам, полученным на профессиональных конкурсах, они нашли применение в жизни.**

Каждый из бывших студентов либо занял высокую должность на работе, либо поступил в престижное высшее учебное заведение, а кто-то и вовсе открыл своё дело.

«Колледж «Звёздный» и сегодня продолжает участие в конкурсной деятельности. С 2016 года список конкурсов профессионального мастерства, в которых мы принимаем участие, значительно вырос и расширяется постоянно, так как благодаря администрации и наставникам конкурсная деятельность в нашем колледже развивается и поддерживается. В список вошли такие проекты, как: «Всероссийский кейс-чемпионат от высшей школы экономики», «Золотой саквояж», «Большая перемена», «Движение вверх», «Россия 2035» и другие.

Мой опыт участия в конкурсах

Я студент 2-го курса, одновременно с этим, уже имею большой опыт в конкурсной деятельности по специальности «коммерция». За время обучения в колледже я успел принять участие в таких мероприятиях, как: региональный чемпионат «World Skills Russia 2022» по компетенции «предпринимательство», где занял 3 место, «Золотой саквояж 2022», заслужив 1 место в направлении «бизнес-идеи в сфере «услуги», а также стал финалистом конкурса «Большая перемена 2022». Также, на 1-ом курсе внутри колледжа проходил конкурс по защите бизнес-идей, где я занял 1 место. Сейчас принимаю участие во «всероссийском кейс-чемпионате от высшей школы экономики 2022».

На личном опыте я полностью убедился в том, что рассказали выпускники колледжа, тем самым в очередной раз подтвердив свою гипотезу. Что же я приобрёл для себя на конкурсах? Ответ прост - опыт, новые знания, поощрительные призы, развил личные навыки, а самое главное получил море незабываемых эмоций, которые я буду вспоминать ещё долгое время после окончания обучения в колледже. Конкурсы дают стимул к постоянному развитию и самое главное играют большую роль в профессиональном развитии и самообразовании. Ту практику, которую я получил в ходе решения задач, кейсов, поставленных конкурсами, невозможно получить где-то ещё.

Здесь предоставляется абсолютно уникальная возможность проявить свои возможности, знания и навыки на практике, при этом ничем не рискуя. Интерес во время участия в конкурсах постоянно поддерживался. Не было ни минуты, чтобы увести мысли в сторону, нужно было постоянно быть сконцентрированным на решении задач, кейсов и изучении информации. Помимо всего прочего, есть возможность зарекомендовать себя на рынке труда, например, благодаря включению в «Государственный реестр талантов России». Я всем настоятельно рекомендую участвовать в конкурсах, ведь есть такая доступная возможность, проявить все свои лучшие стороны.

Подтверждение гипотезы

Основываясь на личном опыте и опыте выпускников, моя гипотеза полностью подтверждена. Конкурсы профессионального мастерства действительно значимый фактор для профессионального развития и самообразования, и они однозначно дарят незабываемые эмоции. Данные мероприятия дают возможность проявить свои навыки в той или иной сфере, как следствие профессионально развиваться. С точки зрения самообразования, конкурсы предоставляют возможность посещения большого количества вебинаров, тренингов, мастер-классов и лекций.

Также стоит отметить, что государство максимально поддерживает развитие молодёжи на сегодняшний день и этим стоит воспользоваться. Сейчас активно развивается проект «Россия – страна возможностей», при поддержке которого проходит большое количество конкурсов. Также немало коммерческих организаций поддерживают конкурсы и являются их официальными партнёрами, например такие как: «Сбер», «РЖД», «МТС» и другие. Таким образом, возможность принять участие в конкурсах

профессионального мастерства, есть абсолютно у каждого студента СПО, ВУЗа, школьника. Достаточно лишь проявить личное желание.

Перспективы развития на будущее

Все конкурсы дают большое количество знакомств, привилегий, эмоций, азарта и интереса к продвижению. Я не собираюсь останавливаться на достигнутом, а двигаться только вперед, посещая всё больше конкурсов, так как не могу себе представить простое обучение без дополнительных образовательных мероприятий. В планах у меня посетить такие конкурсы, как: «Россия 2035», «Твоё дело (молодой предприниматель России)» и «Движение вверх».

Выводы

В итоге гипотеза подтверждена исследованием о том, что конкурсы профессионального мастерства являются значимым фактором профессионального развития и самообразования. Мы изучили положительный опыт участия в конкурсах выпускников колледжа, где они обрели опыт, применение которому находят и по сей день в личной жизни. Изучили список известных конкурсов, в которых можно принять участие.

Определили цель участия в конкурсах, а именно: материальная поддержка, приобретение нового опыта, знаний, получение поощрительных призов, развитие личных навыков и море незабываемых эмоций, которые оставят яркий отпечаток на всю жизнь.

Самое главное, что в настоящее время конкурсы для молодёжи являются доступными для каждого и набирают большую популярность. Государство и крупные коммерческие фирмы активно поддерживают подобные проекты и дают возможность каждому проявить свои навыки, знания и возможности.

Закончить свой рассказ я бы хотел мотивационной восточной притчей. «Жил в древности один мудрец. У него было много последователей, которые у него учились. И вот как-то раз два его ученика поспорили между собой. Один утверждал, что сможет задать мудрецу такой вопрос, который поставит его в тупик. Второй сказал, что это невозможно.

Ранним утром первый ученик пошел в поле и поймал там прекрасную маленькую бабочку. Зажал ее в ладонях так, чтобы не было ее видно. Придумал он хитростью одолеть учителя: "Я спрошу у него, жива ли бабочка, что в моих ладонях. Если он скажет, нет, то я разожму ладони, и она взлетит. Если же скажет да, то я раздавлю ее и, открыв ладони, он увидит лишь ее безжизненное тельце. Так он попадет в неловкую ситуацию, а я выиграю спор".

Пришел к своему мудрецу-учителю ученик и в присутствии всех спросил его:
- Учитель, мертва или жива бабочка в моих ладонях?
- Все в твоих руках...- ответил мудрец.»

Восточная притча

Список используемой литературы:

- WEB-сайты:
[1].География добра - <https://clck.ru/32dVZD>
[2].Высшая школа экономики (ВШЭ), Всероссийский кейс-чемпионат - https://spb.hse.ru/preuni/pre-university/championship_spb/
[3].Россия – страна возможностей - <https://rsv.ru/>
[4].Росмолодёжь, Твоё дело: <https://tvoedelompr.ru/>
[5].Агентство развития навыков и профессий, World Skills Russia: <https://worldskills.ru/>
- Методические рекомендации:

[6].Малыхина Л.Б. Конкурс? Конкурс... Конкурс!: Методические рекомендации участникам профессионального конкурса педагогов дополнительного образования «Сердце отдаю детям» /автор-составитель Л.Б. Малыхина, под редакцией Н.Н. Жуковицкой, Л.Б. Малыхиной.СПб: ЛОИРО, 2013. – 471с. Чернухин О.А. Сценическая самопрезентация педагога: советы конкурсантам // Народное образование. – 2011. – №8. – С. 181–184. Чикурова М.В. Методическое сопровождение конкурсов профессионального мастерства на муниципальном уровне // Методист. – 2012. – №7. – С. 36–41.

• Журналы:

[7].Сетевое издание «Современные проблемы науки и образования <https://science-education.ru/>

• Литература:

[8].Гирба, Е.Ю. Презентация профессионального мастерства как средство повышения квалификации учителя [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.Ю. Гирба, С.Б. Светлолобова, О.С. Полковникова, Ю.Г. Хохлова. – М.: Перспектива, 2015. — 144 с.

[9].Иншакова, И.В. Новые подходы и требования к системе повышения профессионального уровня педагогических кадров образовательных учреждений при реализации ФГОС [Текст]: Материалы II Всероссийской научнопрактической конференции. – М.: Педагогическое общество России, 2015. – 256 с.

[10].Карпов, А.В. Профессионализм современного педагога: методика оценки уровня квалификации педагогических работников [Текст] / А.В. Карпов, М.Д. Кузнецова, В.Д.

[11].Шадриков. – М.: Логос, 2015. – 168 с.

[12].Мандель, Б.Р. Инновационные технологии педагогической деятельности [Текст]: учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Директ-Медиа, 2016. – 232

[13].Пахомова, Е.М. Учитель в профессиональном конкурсе [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.М. Пахомова, Л.П. Дуганова. - М.: АПКиППРО, 2016. - 168 с.

[14].Татура, Ю.В. Стресс: тонкости, хитрости и секреты [Текст] / Ю.В. Татура. – М: Бук-пресс, 2015. – 379 с.

[15].Черник, Б.П. Профессиональные конкурсы: слагаемые победы [Текст]: научно-практическое пособие / Б.П. Черник. – Новосибирск: НГТУ, 2016. – 170 с.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФИОРИЕНТАЦИИ, КАК СРЕДСТВО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

*Студентки: Орлова Елизавета,
Тарбеева Анастасия*

*Преподаватель-консультант:
Бердюгина Ирина Петровна
СПб ГБ ПОУ «Колледж «Звездный»*

Цель: формирование у учащихся выпускных классов практического представления о профессиональной деятельности будущей специальности выработка отношения к выбору данной профессии в дальнейшем.

Гипотеза: Мы предполагаем, что применение профессиональных проб, позволит большому количеству выпускников узнать о будущей профессии и ощутить себя в ней

Профессиональные компетенции:

- ПК - 2 способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования
- ПК - 5 способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды
- ПК - 7 способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникации
- ПК - 8 способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений
- ПК - 10 способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- ПК - 13 способность участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
- ПК - 14 владеть современными технологиями управления персоналом
- ПК - 15 готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента
- ПК - 21 готовность участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций

В данной работе мы использовали такие методы исследования, как:

5. Описание – проведение кейсов.
6. Поисковый – поиск информации.
7. Анализ – конечный результат.
8. Анкетирование – проведение онлайн опроса.

Переходя к теме исследовательской работы, стоит разобрать, что такое профессиональная проба.

Профессиональная проба – «профессиональное испытание, моделирующее элементы конкретного вида профессиональной деятельности, завершённый процесс которого способствует сознательному, обоснованному выбору профессии». В качестве одного из примеров приведем следующий набор из восьми целей, на достижение которых должна быть направлена профессиональная проба:

Профессиональная проба представляет собой мини – модель профессиональной деятельности специалиста. Другими словами, это профиспытание, в котором смоделированы элементы конкретного вида профессиональной деятельности. С помощью профессиональной пробы школьник получает опыт той профессиональной деятельности, которую он собирается выбрать или уже выбрал.

Профессиональная проба помогает определить, насколько соответствует характер данной деятельности способностям и умениям школьника. Пробуя, школьник узнает свое отношение к результату профиспытания – удовлетворенность, разочарованность или полное равнодушие.

Виды профессиональной пробы:

- результат (материальные изделия, информационные продукты, номера художественной самодеятельности и др.) занятий в кружках, клубах, школьных курсах профессиональной направленности;
- некоторая самостоятельно смоделированная имитация деятельности профессионала;
- имитационная (деловая) игра на школьных курсах профессиональной направленности и др.

После ознакомления с теоретической частью, предлагаем рассмотреть профессиональную пробу в виде кейса, которая была проведена на базе колледжа «Звёздный»

Профессиональная проба в виде кейса startup

Цель

- формирование у обучающихся готовности к профессиональному самоопределению

Задачи:

- ознакомление с личностными и профессиональными требованиями, необходимыми для успешной работы по выбранной профессии;
- получение опыта практической работы в конкретной профессиональной деятельности;
- содействие профессиональному самоопределению обучающихся

Название: startup. стартап

Цель: придумать startup, удовлетворяющий определенным условиям, представить свою идею

Инструктаж: каждая команда должна придумать startup, который будет соответствовать условиям на карточках, а именно проблема (красная карточка), целевая аудитория (жёлтая карточка), технология (фиолетовая карточка) и дополнительное условие (голубая карточка). Для составления грамотного выступления команде будет предложен чек-лист, на который они смогут опираться при выступлении. Индивидуально каждому участнику будет выдан жетон, он нужен для голосования в конце (за свою команду голосовать нельзя).

Количество ведущих:

3-4

Роли ведущих:

Амбассадор. Введет вас в тему предпринимательства и подробно расскажет про правила игры.

Модератор. Поможет в обсуждениях, направит ход ваших мыслей.

Требуемые ресурсы:

Помещение;

Карточки с условиями (проблема, целевая аудитория, технология и доп. условие);

Чек-лист;
Жетоны для голосования;
Ручка.

Количество участников:

В разных командах должно быть одинаковое количество человек. В команде допустимое количество человек от 2. Минимальное количество команд – 3.

Ход кейса: Амбассадоры и модераторы игры представляются, рассказывают про профессиональные пробы в форме кейса, задают 2 вопроса из презентации для введения учащихся в тему. Ведущие рассказывают правила игры. Амбассадоры приводят пример стартапа по карточкам. Учащиеся делятся на команды, выдается необходимый раздаточный материал (карточки с условиями, жетоны, чек-лист и ручка для его заполнения). На обсуждение дается 5 минут, на презентации запускается таймер, команды могут перевернуть свои карточки и начать обсуждение. Во время обсуждения по аудитории ходит модератор, он отвечает на вопросы, направляет ход мыслей учащихся.

По истечению времени команды заканчивают обсуждения и начинается этап защиты стартапов. Участники сами решают какое количество человек от команды будет выступать. Защита может быть креативной, например, содержать в себе различные сценки, касающихся темы созданного стартапа. Единственное ограничение – это время, учащимся даётся 3 минуты на выступление. После защиты другие команды и ведущие смогут задавать вопросы презентующим стартап. По истечению всех выступлений наступает этап голосования. У каждого учащегося есть жетон. Он голосуют индивидуально за ту команду, чья идея ему понравилась больше всего. За свою команду голосовать нельзя. Выявляется команда победителей. После проведения игры подводятся итоги, в том числе и получение обратной связи.

Анализ: Участие в профессиональных пробах помогает учащимся в понимании своей будущей профессии

Вывод:

Благодаря профессиональным пробам в виде кейса “startup” учащиеся выпускных классов могут попробовать себя в выбранной ими специальности, сделать вывод о том насколько им близка данная сфера и в каком объеме они обладают профессиональными компетенция. Проведение профессиональных проб учащихся, является одним из оптимальных способов организации профессионального самоопределения, в результате которого учащиеся получают сведения об элементах деятельности различных специалистов, что позволяет узнать профессию изнутри. При этом ученики на собственном опыте узнают о своих индивидуальных качествах и способностях, а главное, могут сами соотнести свой природный и накопленный потенциал с требованиями конкретной практической деятельности в различных сферах труда. Приобретенный социально-профессиональный опыт поможет ребятам легче определиться с теми направлениями, которые им нравятся и где они смогут быть наиболее успешны и конкурентоспособны.

Список используемой литературы:

- [1]. Кощеев С. В. Инновационно-ориентированная подготовка персонала для сферы обслуживания / С. В. Кощеев, О. Ю. Боброва. — Текст : электронный // Молодой ученый. — 2013. — № 7 (54). — С. 392-394. — URL: <https://moluch.ru/archive/54/7382/> (дата обращения: 18.11.2022).
- [2]. Методические рекомендации, " Организация и проведение профориентационных

мероприятий в формате профессиональных проб", - https://center-prof38.ru/sites/default/files/one_click/58.metodicheskie_rekomendacii.pdf?ysclid=lakyn7pfbb749968541(дата обращения: 18.11.2022).

[3]. ИА "Летописи",- <http://letopisi.ru/> (дата обращения: 18.11.2022).

[4]. Орлова Елизавета, Тарбеева Анастасия, студентки СПб ГБ ПОУ «Колледж «Звездный», эмпирический опыт.

КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ЗНАЧИМЫЙ ФАКТОР ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И САМООБРАЗОВАНИЯ

Студентка: Управителева Ольга

Преподаватель-консультант:

Яковлева Галина Константиновна,

СПб ГБПОУ «Колледж кулинарного мастерства»

Цель: Определитель как профессиональный конкурс влияет на популяризацию профессий

Гипотеза: Если проводить конкурсы, то это позволяет популяризовать профессии среди абитуриентов, молодёжи, взрослого населения

Методы исследования: Опрос

Результаты: После проведения опроса, выяснилось, что посещение конкурсных мероприятий, положительно влияет на заинтересованность профессий

Выводы: Соревнования позволяют продвижению профессий, как для студентов, так и для абитуриентов

Обратите внимание на агитплакат из времён Советского Союза. Он хорошо знаком нашим родителям. Страна уделяла большое внимание развитию профессионального обучения в ремесленных училищах, фабрично-заводскому ученичеству, и сюда с большим желанием спешили поступить подростки, чтобы получить рабочую профессию и стать квалифицированными специалистами.



Прошли годы, наступил 21 век. Но вопрос выбора профессии остаётся по-прежнему одним из главных этапов в жизни любого человека. Для России популяризация рабочих профессий и вовлечения в них молодежи - это одна из насущных проблем наших дней

Как молодому человеку ориентироваться в многообразии профессий и специальностей, какую выбрать? Появилось множество таких профессий, название и значение которых даже никогда не слышал. Например, в области ресторанного сервиса: бариста, пиццайоло, титестер, барбэк.

Привлечение молодежи к труду, популяризация рабочих профессий и специальностей для повышения их престижа в обществе одна из необходимых вещей которая должна быть осуществима.

Остановимся на профессиональных конкурсах. Конкурсы – это состязание, которое требует теоретических и профессиональных знаний в области приобретаемой профессии. Конкурсы в популяризации профессий – это мероприятия, обеспечивающие интерес обучающихся к миру профессий, расширению представлений и знаний о сферах трудовой деятельности.

В России реализуется Федеральный проект «Молодые профессионалы», который является составной частью национального проекта «Образование» и направлен на повышение конкурентоспособности профессионального образования, его модернизацию, повышение престижа рабочих профессий. В этом проекте большое значение уделяется проведению профессиональных конкурсов. Сегодня невозможно представить систему профессионального образования Санкт-Петербурга без конкурсов профессионального мастерства. Богатый опыт в организации, подготовке и проведении конкурсов передаётся от поколения к поколению. Конкурсы профессионального мастерства - это всегда яркое событие для образовательного учреждения и, конечно, для его участников.

Лучшего способа популяризации профессии, чем пригласить будущих абитуриентов на площадки, где проходят профессиональные конкурсы, нет. Очувтившись на конкурсной площадке, сразу ощущаешь особую атмосферу. Все доброжелательны и уважительны друг к другу, готовы поддержать, вселить в конкурсанта уверенность. В воздухе витает дух творчества, созидания и соревнования. Здесь можно наглядно увидеть все тонкости профессии, принять участие в процессе проведения конкурса, а так же возможность задать интересующие вопросы конкурсантам.

Опрос среди абитуриентов подтвердил, что конкурсы способствуют популяризации профессии.

Конкурсы позволяют:

- Выявить одарённых студентов
- Создать условия для обмена опытом
- Стимулировать мотивации саморазвития
- Начертить точку роста на перспективу.
- Способ профориентации молодёжи, популяризации востребованных рабочих профессий и специальностей
- Средство мотивации, самоактуализации, саморазвития и профессионального совершенствования;

Русская поговорка гласит: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать», и поэтому, побывав на конкурсах, школьники выбирают будущую профессию более осмысленно

Например, на последних конкурсах для ресторанного сервиса были такие задания:

- Сложение table box + Складывание полотняных салфеток
- Декантация красного вина
- Идентификация крепких алкогольных напитков + ликеров
- Приготовление коктейлей
- Украшение коктейлей
- Оформление фруктовой тарелки
- Подготовка и обслуживание гостей

При проведении конкурсов задания были поделены на модули: ресторан, кафе, бар:

- На модуле ресторан зрители могли наблюдать то, как конкурсанты демонстрировали: накрытие подсобного стола; (стол коробка) накрытие гостевого стола; сервировка стола для повседневного обслуживания; демонстрация встречи гостей; зрители могли участвовать в роли гостей; прием заказа; подача блюд; уборка использованной посуды; подача напитков; декантирование красного вина; проведение банкета фуршет; откупоривание бутылок; подача вин; завершением обслуживания гостей
- На модуле бар зрители наблюдали, как бармены подготавливают посуду, полировка, подбирают ее для подачи конкретных коктейлей; инвентаризация; готовят лед; организация своего рабочего места для конкретного коктейля; демонстрация приготовления конкретных коктейлей, при этом они рассказывают об этом коктейле гостям; используют правильный метод смешивания, показывают свои владения шейкером, блендером, смесительным стаканом (миксиглаз); демонстрация подачи коктейля в стакане для гостя(билд); демонстрируют приемы очистки нарезки фруктов ножом и вилкой не касаясь руками, затем правильно распределяют плоды на тарелке в композицию, дают название и обосновывают, почему они так называли; демонстрируют метод приготовления декоративных компонентов, его презентация и подача коктейля. Выполняя работу бариста, конкурсанты демонстрируют помол кофе из зерен, приготовление кофе эспрессо, капучино, латте и другие разновидности кофе, затем принимают гостей и подают разные виды кофе по их заказу импровизированных гостей из зала

Список используемой литературы:

Книги:

- [1].Гирба, Е.Ю. Презентация профессионального мастерства как средство повышения квалификации учителя [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.Ю. Гриба, С.Б. Светлолобова, О.С. Полковникова, Ю.Г. Хохлова. – М.: Перспектива, 2015. — 144 с.
- [2].Светлолобова, О.С. Полковникова, Ю.Г. Хохлова. – М.: Перспектива, 2015. — 144 с.
- [3]. Татура, Ю.В. Стресс: тонкости, хитрости и секреты [Текст] / Ю.В. Татура. – М: Бук-пресс, 2015. – 379 с.
- [4]. Черник, Б.П. Профессиональные конкурсы: слагаемые победы [Текст]: научно-практическое пособие / Б.П. Черник. – Новосибирск: НГТУ, 2016. – 170 с.

Методические рекомендации:

- [5].Малыхина Л.Б. Конкурс? Конкурс... Конкурс!: Методические рекомендации участникам профессионального конкурса педагогов дополнительного образования «Сердце отдаю детям» /автор-составитель Л.Б. Малыхина, под редакцией Н.Н. Жуковицкой, Л.Б. Малыхиной. – СПб: ЛОИРО, 2013. – 471с.
- [6].Чернухин О.А. Сценическая самопрезентация педагога: советы конкурсантам // Народное образование. – 2011. – №8. – С. 181–184.
- [7].Чикурова М.В. Методическое сопровождение конкурсов профессионального мастерства на муниципальном уровне // Методист. – 2012. – №7. – С. 36–41.

РАННЯЯ ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНИКОВ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

*Студентка: Чудецкая Карина
Преподаватель-консультант:
Иваненкова Татьяна Евгеньевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Все учащиеся в школе сталкиваются с проблемой выбора будущей профессии и места обучения. Вступительные экзамены в учебных заведениях могут служить преградой для поступления. В нашем колледже приём на обучение проводится по среднему баллу аттестата.

Колледж по рейтингу вошёл в ТОП–100 лучших образовательных учреждений Российской Федерации и ТОП–5 лучших учреждений Санкт-Петербурга в медальном зачёте IX Национального чемпионата «Молодые профессионалы».

Для формирования позитивного имиджа и конкурентоспособности на рынке образовательных услуг в колледже уделяется большое внимание вопросам профориентации.

Профориентационная работа направлена на решение следующих задач: формирование общей готовности учащихся к самоопределению; повышение уровня осведомленности школьников о специальностях; возможностях трудоустройства по окончанию учебного заведения; подготовка квалифицированных специалистов.

Преподаватели и студенты колледжа применяют различные формы профориентации: дни открытых дверей, выставки, экскурсии, мастер-классы, презентации по специальностям, анкетирование, консультирование школьников и многое другое.

На официальном сайте размещены видео – материалы, направленные на выбор будущей профессии. Систематически публикуются статьи о жизни колледжа. Имеются веб-странички, на них представлены сведения о специальностях, статусе на рынке труда, условиях образования, перспективах трудоустройства, возможности продолжения обучения. На страничке «Форум» можно общаться, получать ответы на интересующие вопросы.

Большую роль в профориентационной работе играет распространение информационных материалов. Эта работа позволяет информировать широкую аудиторию (школьников, их родителей, преподавателей), используя такие площадки, как общешкольные родительские собрания, ярмарки профессий.

Таким образом, актуальность темы заключается в том, что профориентационная работа со школьниками с одной стороны готовит их к обоснованному выбору профессии в соответствии с личными склонностями, интересами, способностями, и с другой стороны повышает привлекательность образовательного учреждения.

Цель исследования:

1. ознакомление учащихся ОУ с содержанием профессии, формирование мотивации к получению образования;
2. формирование у абитуриентов общих компетенций, связанных с умением понимать сущность будущей профессии, использовать информационно – коммуникативные технологии, эффективно общаться.

Гипотеза: профориентация – это система подготовки молодежи к свободному и самостоятельному выбору профессии, учитывающая индивидуальные особенности каждой личности.

Методы исследования: наблюдение, анализ, анкетирование.

Выбор профессии — это сложный и ответственный шаг в жизни человека. Профессию нужно выбирать обдуманно, учитывая свои способности, внутренние убеждения и реальные возможности.

В рамках профориентационной программы колледжа по специальностям «Коммерция (по отраслям)», «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров» разработаны такие мероприятия как: видео – материалы, размещенные на сайте колледжа; мастер – класс и презентация «Мы - потребители»; викторина «О торговле: в шутку и всерьез»; мастер – класс «Оценка качества потребительских товаров. Съедобное - несъедобное».

В ходе экскурсий учащиеся посещают учебные кабинеты и мастерские, где ребята могут посмотреть презентации с полной информацией о специальностях, пообщаться со студентами, преподавателями, мастерами производственного обучения, попробовать свои силы в тех или иных специальностях участвуя в мастер-классах.

В видео - презентации раскрываются важные вопросы: что включает в себя понятие коммерческая деятельность, преимущества специальности, возможности профессионального роста, изучаемые дисциплины, в каких коммерческих организациях проходят студенты практику, какие возможности откроются после окончания учебного заведения.



Рисунок 1 – Презентации по специальностям

При проведении мастер – класса «Мы - потребители» преподаватель и студенты колледжа активно вовлекают ребят в процесс обсуждения и решения практических задач по коммерческому маршруту. Целью данного мероприятия является развитие наблюдательности, умение быстро принимать решение в нестандартной ситуации, а также пополнение личностного опыта в результате ролевого проигрывания.

Учащиеся на мастер-классе изучают требования к видам, средствам маркировки и информации о товаре с позиции Закона "О защите прав потребителей".

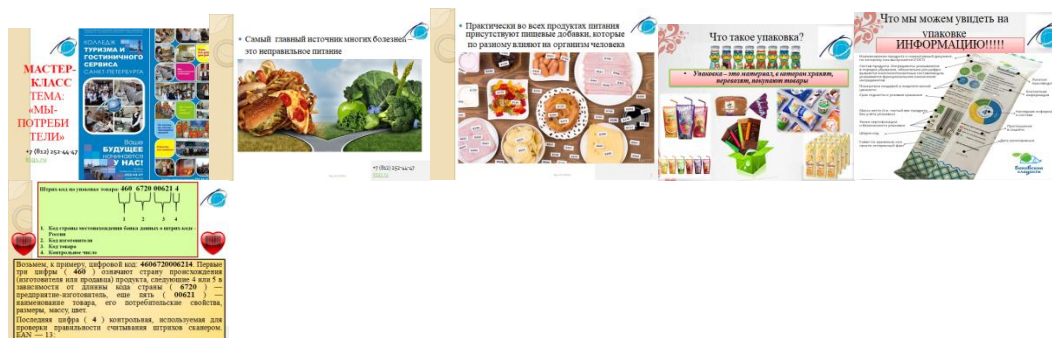


Рисунок 2 – «Мы – потребители»

Во время прохождения профориентации обучающиеся участвуют в викторине «О торговле: в шутку и всерьез». В игровой форме участники отвечают на вопросы, связанные с торговой деятельностью. Цель проведения викторины: стимулировать познавательную деятельность учеников, развивать умение систематизировать знания. Школьники могут работать в группе, тем самым развивать коммуникативные способности, а за правильные ответы поощряются.

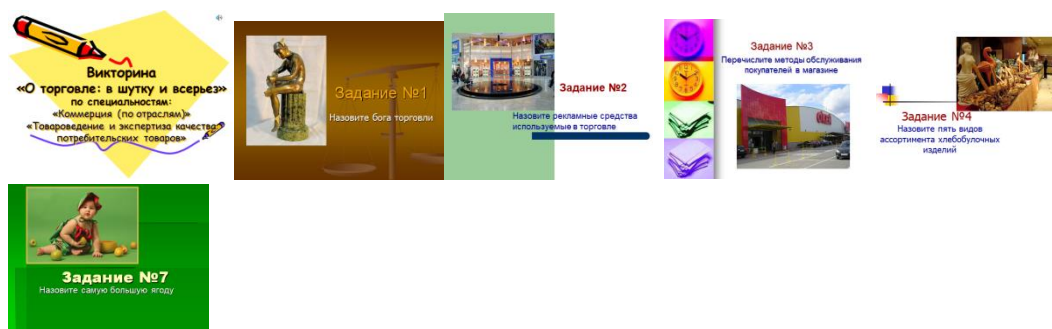


Рисунок 3 – Викторина

На мастер-классе «Оценка качества потребительских товаров. Съедобное - несъедобное», проходит в учебной лаборатории. Преподаватель и студенты колледжа активно вовлекают школьников в процесс обсуждения и решения практических задач.

Цель мероприятия наглядно продемонстрировать ученикам навыки оценки качества продовольственных и непродовольственных товаров, работа с ГОСТами.

Далее этап игры проходит в торговом зале учебного магазина, где выделены следующие рабочие места: продавец за прилавком, продавец – консультанта, кассир – операционист. Продажа товаров в учебном магазине осуществляется методом самообслуживания и через прилавок. Студенты, как наставники, проходят этапы игры с учениками разделив их на группы: продавцы и покупатели. Задача продавца – произвести выкладку товаров и дать консультацию покупателю. Покупатель, при выборе товара, создает проблемную ситуацию, которую разрешает продавец – консультант. Продавец консультирует покупателя по ценникам, а покупатель находит ошибку в оформлении ценника на конкретный товар.



Рисунок 4 – Учебная лаборатория и магазин

По окончании профориентации школьники оставляют отзыв.

Пожалуйста, соедините свой ответ со смайликом отвечая на вопросы	
Мое настроение до мероприятия	
Мое настроение после мероприятия	
Насколько мне все было ясно и понятно	
Насколько мне было интересно	
Насколько комфортным для меня был темп мероприятия	
Насколько нужен и полезен для меня предложенный материал	
Спасибо за ответы!	

Рисунок 5 – Анкета

Классный руководитель оставляет отзыв в книге предложений и пожеланий:

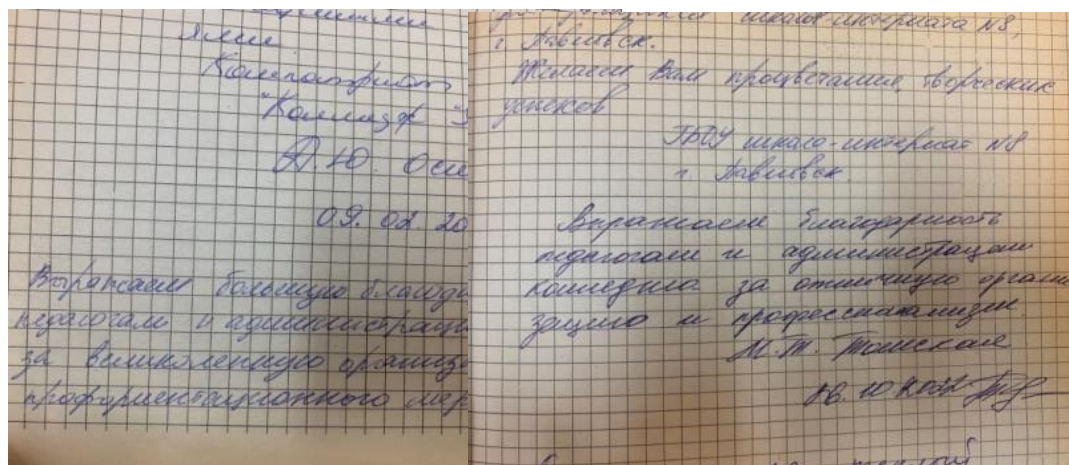


Рисунок 6 – Отзыв классных руководителей

В рамках исследования было проведено анкетирование студентов 1 курса « Колледжа туризма и гостиничного сервиса» на тему профориентации. В опросе приняли участие 171 респондент.

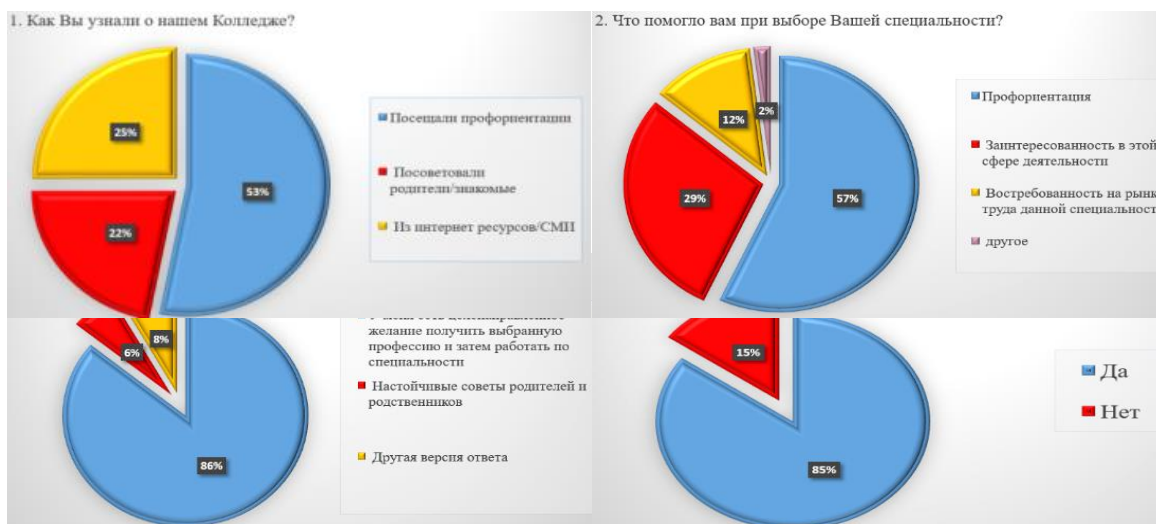


Рисунок 7 – Результаты анкетирования

78% студентов узнали о нашем колледже через профориентационные мероприятия и интернет ресурсы, 22% пришли по рекомендации родителей или знакомых. При выборе специальности большинство студентов ориентировались на профориентацию 57%, остальные заинтересованы в данной сфере деятельности и считают выбранную специальность востребованной.

86% студентов уверено ответили, что имеют целенаправленное желание получить выбранную профессию, остальные ещё прислушиваются к советам родителей и родственников.

85% студентов желают принимать участие в профориентации нашего колледжа.

По результатам исследования можно сделать вывод, что ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности в «Колледже туризма и гостиничного сервиса» организована на высоком профессиональном уровне, что позволяет школьникам в будущем сделать осознанный выбор профессии и стать настоящими профессионалами своего дела.

Список используемой литературы:

- [1]. Колледж туризма Санкт-Петербург, [Электронный ресурс] - <https://www.ktgs.ru>
- [2].Добрина Н.А., Менеджмент — М.: ИНФРА-М: ФОРУМ, 2019, — 288с.
- [3].Иванов Г.Г., Организация и технология коммерческой деятельности ИНФА – М.: ИЦ «Академия», 2020. – 264с.
- [4].Николаева М.А., Идентификация и фальсификация пищевых продуктов. ИНФРА - М.: ЮНИТИ, 2019.

РАННЯЯ ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНИКОВ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

*Студентка: Чулаевская Диана
Преподаватель (мастер п/о)-консультант:
Карпенко Татьяна Алексеевна
СПБ ГБПОУ «Колледж кулинарного мастерства»*

«У меня растут года. Будет мне 16. Кем работать мне тогда? Чем заниматься?» Эти строки Владимира Маяковского хорошо известны с детства. И вопрос «Кем быть?» волнует всех с самого раннего детства.

Для каждого человека выбор профессии имеет очень большое значение, потому что взрослые люди треть жизни проводят на работе. И, конечно, такое количество времени посвящать нелюбимому делу было бы очень грустно. Профессия - это серьёзный выбор в жизни каждого человека.

Цель исследования: изучение проблемы ранней профориентации школьников.

Гипотеза исследования: правильный выбор профессии обеспечивает гармоничное развитие личности человека: самореализацию, социализацию, карьерный и профессиональный рост.

Методы исследования: словесный, игровой, практический, наглядный.

Современный мир меняется каждый день, появляется всё больше новых профессий, то детям самим становится трудно разобраться с таким количеством информации, рекламы, профориентаций. Участие взрослых людей в помощи выбора профессиональной деятельности становится очень важным для подростков. Уже с раннего возраста можно начать определять таланты ребёнка, постоянно предлагая ему что-нибудь новое. Чем больше с ним заниматься, тем выше будет вероятность раскрытия склонности к какой-то конкретной профессии, ну или хотя бы вы будете знать, в каком направлении двигаться, а ко времени окончания школы, уже, будучи подростком, он сможет осознанно определиться с выбором профессии. [1]

Участие родителей в помощи при выборе профессии неоспоримо, ведь кто как не они всесторонне знают своего ребёнка. Различные опросы подростков показывают, что советы родителей имеют большее значение в выборе профессии, чем другие факторы.

Уже в раннем детстве можно определить склад ума ребёнка. Гуманитарный, если он начал рано начал говорить, читать, его речь богата интересными выражениями; плохо решает логические задачи для малышей его возраста; предпочитает сюжетно-ролевые игры; очень эмоциональный; придумывает свои рассказы, фантазирует; в школе более успешен на уроках литературы и родного языка, чем на алгебре и геометрии.

Технический, если есть тяга к какой-либо технике; задаёт много вопросов о том, что и как работает; любит конструкторы; разбирать игрушки; легко решает различные задачи, любит точность, начинает интересоваться компьютером (его устройством). Конечно же, это не истина в последней инстанции и большой любитель поэзии вполне может стать успешным программистом, но часть будущих профессиональных «звоночков» увидеть вполне можно.

Также можно определить и тип мышления. Творческий – стремится выражать свои чувства через рисование; отлично разбирается в цветах и оттенках; интересуется музыкой, имеет хорошо развитый слух; предпочитает музей кинотеатру; внимателен к деталям.

Научный – любит животных, и не только играть с ними, но и ухаживать; изучает окружающий его мир, ставит различные эксперименты; любит телепрограммы о природе.

Теперь, сопоставив интересы и способности ребёнка, нужно изучить подходящие профессии и приступить к развитию различных навыков для её успешного освоения.

Например, если есть интерес к музыке, то предложить занятия вокалом или класс по какому-либо инструменту; если ребёнок с техническим складом ума, то его можно отвести на кружки робототехники, электро - конструирования, технического моделирования и так далее. Существует мнение, что технические кружки больше подходят мальчикам, но на самом деле девочки тоже проявляют достаточный интерес к такому виду деятельности, поэтому не стоит выбирать секции для детей только по полу, здесь всё-таки лучше учитывать истинный интерес ребёнка.

Когда дети приходят в школу, у них очень мало жизненного опыта. В дальнейшем, о различных видах деятельности ребенок узнает от тех людей, с кем он чаще всего видится, и в первую очередь - это учителя. С самого начала нужно выстраивать доверительные отношения с ребенком и как можно раньше начать работать с ним для определения его склонности к каким-либо профессиям, постоянно предлагая новые виды деятельности для определения его интересов. Чтобы заинтересовать ребёнка в таком сотрудничестве, важно объяснить, что в будущем ему самому предстоит сделать выбор профессии, а для этого нужно подготовиться.

Первые шаги в профессиональном самоопределении учащиеся должны делать в начальной школе, поэтому оптимально, чтобы ранняя профориентация проводилась именно в этот период. В 7-10 лет дети не делят виды деятельности на «престижные» и «не престижные», поэтому круг профессиональных предпочтений у них значительно шире, чем у старшеклассников. Уже с первого класса необходимо формировать осознание ребенком важности каждой профессии, воспитывать ответственность и любовь к труду.

Одной из задач учебно-воспитательного процесса для школьников начальной школы, согласно ФГОС, является ранняя профориентация, подготовка учащихся к осознанному выбору профессии. [3] Качественные знания о видах деятельности должны даваться в доступной форме, без назойливости и в простых формах (игры, просмотр тематических мультфильмов, детские книги и так далее). Классный руководитель может познакомить детей с профессиями тех, кто работает в школе. Например, экскурсию, в процессе которой ребята узнают, работники каких профессий есть в их школе, чем занимаются повара в школьной столовой, фельдшер, библиотекарь, охранник, технический персонал и т.д. В начальной школе профориентационная работа ведется непосредственно на уроках и во внеурочное время. Среди множества форм внеклассных мероприятий для нее лучше всего подходят: классный час; экскурсия; беседа; проект; конкурс; спектакль; профориентационная игра. Родителям тоже стоит подключаться к таким мероприятиям.

По мере взросления школьника его предпочтения могут меняться – это нормально, и даже хорошо. Чем больше он попробует различных видов деятельности, вероятность того, что в итоге более точно определится с выбором — повышается. Кроме этого развитие различных навыков поможет ему в будущем, если он решит поменять профессию, да и просто жить многосторонне развитой личностью намного интереснее.

Ещё один очень важный момент — это актуальность будущей профессии, так как

стремительное изменение требований рынка труда приводит к тому, что некоторые профессии не будут востребованы в будущем.

В Санкт-Петербурге, в «Колледже кулинарного мастерства», где я учусь, постоянно проводятся различные профориентационные мероприятия с участием учащихся школ: тематически дни открытых дверей, на которых преподаватели и мастера производственного обучения проводят мастер – классы, дают ребятам возможность соприкоснуться с миром профессии повара-кондитера. Волонтеры колледжа изготавливают рекламные листовки о колледже, профессиях и специальностях, издают информационно-рекламные буклеты для абитуриентов с информацией о колледже.

Реализуется программа профориентации для младших школьников «Кубик-рубик профессий», которая была удостоена премии во Всероссийском конкурсе. Программа для школьников «Кухня добрых дел». Нашими подшефными являются ученики 88 школы Калининского района. Организуются встречи не только с учениками, но и с их родителями, что меняет в положительную сторону их мнение о профессиональных учреждениях. Все наши мероприятия освещаются на сайте колледжа, в социальных сетях.

В колледже созданы благоприятные условия для определения школьниками будущей профессии, поиска личной траектории образования, направления и профиля профессиональной подготовки, необходимой квалификации в соответствии с личностными интересами, образовательными запросами и потребностями рынка труда.

Профориентационные мероприятия проводятся в течение всего учебного года, к их подготовке подключаются и волонтеры, и театральная студия, и кружок «Юный кулинар». Такие формы работы с абитуриентами как профессиональные пробы, игра по станциям, решения профессиональных квестов, профориентационный десант очень нравятся нашим абитуриентам и вызывают живой отклик.

В вопрос профориентации все вносят свой творческий вклад, это важно не только школьникам, но и образовательному учреждению. Ведь насколько мотивированными придут абитуриенты, зависит дальнейшее развитие колледжа. Профориентация протекает параллельно с процессом идентификации учащихся с определенной профессией. Она реализуется на личностном уровне через ценностный выбор школьником вариантов профессионального развития и представляет собой процесс согласования желаний, жизненных планов, ценностных ориентации, склонностей с социально-экономическими условиями и требованиями общества, подготовки, необходимой квалификации в соответствии с личностными интересами, образовательными запросами и потребностями рынка труда. [3]

Результаты: в ходе проведенной исследовательской работы с младшими школьниками на базе нашего колледжа, выяснилось, что ребята часто не видят соответствия между профессией и способами ее получения, слабо ориентируются в мире профессий.

Выводы: мы увидели подтверждение нашей гипотезы, так как у ребят наблюдается положительная динамика формирования представлений о профессиях, появился интерес к различным видам деятельности.

В заключении хочется сказать, что окончательный выбор всё-таки должен сделать сам школьник, а не его родители, учителя или друзья. Лучше не давить, а поддерживать и помнить — кто делает выбор, тот и отвечает за его последствия. Если человек будет знать, что это он решил, ответственности с его стороны будет больше и обучение будет более эффективным.

Список используемой литературы:

- [1] *Б. Г. Мещерякова, В.П. Зинченко* Большой психологический словарь
<https://edunews.ru/proforientaciya/materials/v-nachalnoj-shkole.html>
- [2] Профориентация ЕГЭ-ГИА тестирования - <https://proforientatsia.ru/career-guidance/kids-career-guidance/vybor-professii-pomogi-svoemu-rebenku-sdelat-odin-iz-glavnyh-vyborov-v-ego-zhizni/>
- [3] Проблемы современного образования. Электронное периодическое издание.–2010
<http://www.pmedu.ru/cnt/news/index.php?id=80>

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФОРИЕНТАЦИИ, КАК СРЕДСТВО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАСНИКОВ

Студентка: Агафонова Юлия

Преподаватель-консультант:

Беляева Дарья Сергеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению одной из актуальных современных тем особенностям и трудностям в ходе организации и проведения профориентации с молодежью, прежде всего с выпускниками школ. Особое внимание в статье уделено новым возможностям в профориентации и уже существующим методам самоопределения старшеклассников.

Ключевые слова: профориентация, абитуриенты, самоопределение, профессия, мастер-классы, карьера, выбор профессии методы самоопределения.

В настоящее время профориентация в мире профессий и в труде взрослых рассматривается как неотъемлемое условие их всестороннего, полноценного развития.

Необходимость формирования у детей первичных представлений о труде взрослых, его роли в обществе и жизни каждого человека обоснована Федеральным государственным образовательным стандартом дошкольного образования (далее – ФГОС ДО) и должна осуществляться не на уровне отдельной задачи, а как целостный организованный процесс.

Мероприятия по профориентации реализуется на основе:

Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации»;
Закон РФ от 19.04.1991г. №1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» (ФЗ №1032-1);

Федеральный государственный стандарт по организации профессиональной ориентации граждан в целях выбора сферы деятельности (профессии) трудоустройства, прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 23.08.2013 №380-н).





Профессиональная ориентация – это система научно обоснованных мероприятий, направленных на подготовку молодёжи к выбору профессии с учётом особенностей личности и социально-экономической ситуации на рынке труда, на оказание помощи молодёжи в профессиональном самоопределении и трудоустройстве. Для проведения профессиональной ориентации нужно располагать социально-экономическими характеристиками профессий, знать перспективы развития профессии, районы распространения профессий, уровень доходов профессионалов, пути получения квалификации и перспективы профессиональной карьеры, а также особенности рынка труда. [1]

Где главными целями и задачами профориентационной работы являются:

- Способность формирования у дошкольников представлений о многообразии профессий, орудиях труда, трудовых действиях, эмоционально-положительного отношения к профессиональному миру;
- воспитание уважительного отношения к людям разных профессий, к их труду;
- обогащение словарного запаса детей;
- развитие любознательности и интереса к деятельности взрослых;

- изучение оценки результата своей работы;
- профессиональное информирование и консультирование;
- формирование знаний в области гостиничного бизнеса;
- профессиональное воспитание (формирование у детей интереса к труду, трудолюбию).

В настоящее время профориентация находится на стадии активного роста в деятельности, которой включено всё педагогическое сообщество, начиная с дополнительного образования, заканчивая высшей школой, а также работодателями. В результате чего формируется новая стратегия по просвещению учащихся и их родителей, например, такие как: знакомство с профессиями учащихся детских садов и программа наставничества «Преподаватель-ученик - студент-ученик», которая реализуется с 2021 года.

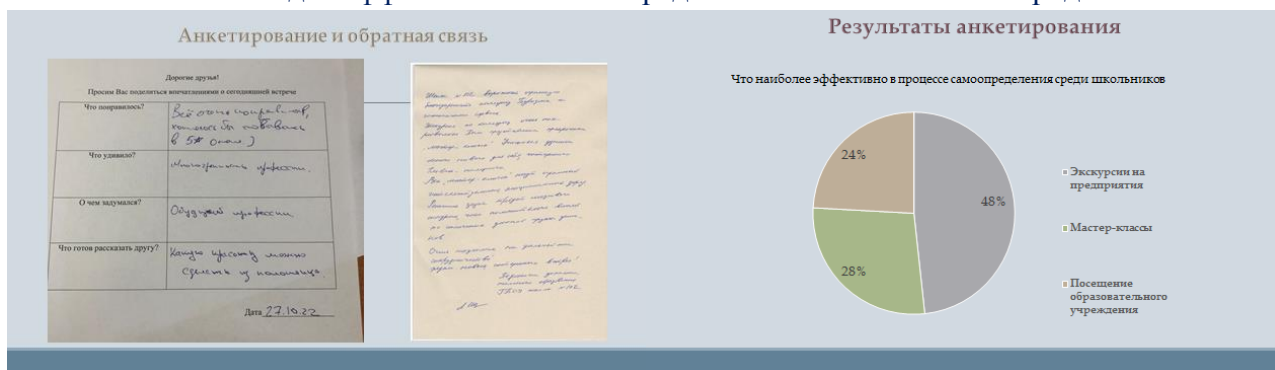
<p>Профориентационные экскурсии для школьников 15.11.2022 года на отделении «Гостиничный сервис» прошла профориентационная экскурсия для учащихся 3 «В» класса гимназии №74</p> 	<p>Профориентационные экскурсии для школьников 27.10.2022 года экскурсия для учащихся школы №102 Выборгского района</p> 
<p>Профориентационные экскурсии для школьников 29.09.2021, 11.10 и 14.10.2021 для учащихся 8,9-х классов ГБОУ СОШ №102 Выборгского района</p> 	<p>День открытых дверей 30 сентября 2022 года прошёл День открытых дверей, приуроченный к празднованию Дня среднего профессионального образования.</p>  <p>Гостями мероприятия стали учащиеся 8-9-ых классов ГБОУ СОШ 47 Петроградского района, 102 Выборгского района, 264 Кировского района, 257 Пушкинского района</p>

В рамках профориентационного развития появляются новые возможности по приобретению и освоению профессиональных навыков, к уже существующим формам, таким как: информирование, мастер-классы, профориентационные занятия, профессиональные пробы к которым добавляются новые формы: виртуальные симуляторы, экскурсии на предприятия, трудовые лагеря.

На основании изученных материалов (научная литература, статьи) и посещения «Ярмарки вакансий» и фестиваля «Мир профессий» для учащихся 8-11 классов были выявлены следующие проблемы:

1. Размытость в формировании важных ценностей современной молодежи приводит к неопределенности в формулировании целей профессионального самоопределения.
2. Недостаточное внимание к профориентации со стороны педагогов-психологов различных организаций образования.
3. Недостаточная вовлеченность родителей в профориентацию. Необходимо понимать, что успешная профориентация предполагает участие в ней не только самого старшеклассника, но и его родителей, педагогов и других субъектов образовательного. [3]

На основании вышеизложенного материала можно сделать следующие выводы о том, что профориентация находится в постоянном развитии, в рамках которой появляются новые возможности для эффективного самоопределения школьников и их родителей.



Появляются центры профориентации, методические рекомендации, профориентационные службы в учебных заведениях, которые направлены на развитие интереса и способностей учащихся к конкретному виду профессиональной деятельности, осознанному обучению в ВУЗах и СПО с последующим трудоустройством по выбранной специальности.

Список используемой литературы:

- [1] Волков, Б. С. Основы профессиональной ориентации : учеб. пособие для вузов / Б. С. Волков. - М. : Академический проект, 2007. - 331, 1 с. - (Gaudeamus).
- [2] Володина Ю.А. Дорога в жизнь или путешествие в будущее. Тренинговая программа профессионального и жизненного самоопределения для воспитанников детских домов и школ-интернатов. - М.: Генезис, 2012.
- [3] Черникова, Т. В. Профориентационная поддержка старшеклассников : учеб. метод. пособие / Т. В. Черникова. - М. : Глобус, 2006. - 252 с. - (Профильная школа).
- [4] Прызников Н.С. Активизирующая профконсультация: теория, методы, программы. - Академия, 2014.

Интернет-ресурсы:

- [5] Атлас новых профессий – <http://atlas100.ru/>
- [6] Навигатум – <https://navigatum.ru/>
- [7] За собой – <https://засобой.рф>
- [8] Сайт колледжа туризма Санкт-Петербурга - <https://www.ktgs.ru/>.

КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ЗНАЧИМЫЙ ФАКТОР ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И САМООБРАЗОВАНИЯ

Студентка: Гульнева Елизавета

Преподаватель-консультант:

Качесова Ольга Альбертовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Аннотация: Статья посвящена одной из самых актуальных тем – влияние конкурсов профессионального мастерства на профессиональный рост и самообразование обучающихся среднего профессионального образования.

Ключевые слова: профессиональные конкурсы, обучающийся, специальность, профессиональный рост, саморазвитие.

В условиях рыночной экономики возрастает значение профессионального мастерства работников и необходимость в высококвалифицированных конкурентоспособных специалистах.

Основным результатом деятельности системы среднего профессионального образования, является высококомпетентный работник, готовый к социальной и профессиональной мобильности, непрерывному образованию, саморазвитию и самосовершенствованию своих компетенций, ускоренному усвоению инноваций, быстрой адаптации к запросам и требованиям динамично меняющегося мира. [1]

В настоящее время основными критериями оценки качества подготовки выпускника являются наличие не только профессиональных знаний, умений и навыков, но и профессиональных и общих компетенций.

Одним из эффективных способов повышения мотивации к обучению, активизации познавательной деятельности обучающихся становятся конкурсы профессионального мастерства. Проведение конкурсов профессионального мастерства — это увлекательная форма соревнования среди обучающихся.

Обучающиеся учатся организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

Конкурсы профессионального мастерства- основное средство формирования мотивационной готовности обучающихся к осуществлению ими трудовой деятельности по приобретаемой специальности, они способствуют как формированию творческого заинтересованного отношения к труду, применению полученных знаний в практической деятельности, так и повышают общий эмоциональный статус, оказывают положительное влияние на самообразование обучающихся.

С целью выявления наиболее одаренных студентов, определения уровня качества профессиональной подготовки выпускаемых специалистов, повышения престижа образовательного учреждения в образовательный процесс включена комплексная программа привлечения обучающихся к конкурсам профессионального мастерства. Они проводятся на различных уровнях и используются для реализации следующих целей: создание условий для формирования у обучающихся профессиональных компетенций, личностных качеств, обеспечивающих конкурентоспособность на рынке труда, развития

творческой личности, умеющей адаптироваться в современных условиях.[1] Основные задачи конкурсов профессионального мастерства: формирование у обучающихся навыков самостоятельной теоретической и практической работы; ознакомление с современными методами научного исследования, техникой эксперимента, реальными условиями работы в гостиничных предприятиях.

На отделении «Гостиничный сервис» Колледжа туризма Санкт-Петербурга на начальном этапе проводятся внутригрупповые конкурсы профессионального мастерства с целью максимального вовлечения обучающихся в специальность, приобретения практических профессиональных умений. [4] В конкурентной борьбе у обучающихся резко возрастают показатели компонентов мотивационной готовности к дальнейшей работе по приобретаемой специальности. Обучающиеся имеют возможность подготовки к конкурсу в ходе теоретических и практических занятий, а также в процессе самоподготовки.

Отобранные в конкурсе профессионального мастерства на уровне отделения наиболее способные студенты поощряются морально и включаются в многоуровневую подготовку к региональному чемпионату профессионального мастерства WorldSkills.[4]

Обучающиеся имеют возможность развивать и совершенствовать профессиональные компетенции по приобретаемой специальности в ходе индивидуальных занятий с преподавателями и мастерами производственного обучения, закрепленными за ними. От конкурса к конкурсу они совершенствуют профессиональные навыки, приобретают необходимый опыт подготовки и участия в конкурсных программах, значительно повышается их самооценка, к ним обращаются с просьбами поделиться опытом и т.п.

К участию в чемпионате WorldSkills отбираются лучшие из лучших. Данный факт широко освещается на отделении «Гостиничный сервис» Колледжа туризма, максимально привлекаются студенты первых курсов к волонтерскому движению чемпионата, с целью их включения в процедуру конкурса. Таким образом, формируются их мотивации к освоению и совершенствованию профессиональных навыков. Чемпионат проводится ежегодно, и обычно к участию допускаются студенты старших курсов, прошедшие профессиональный цикл и производственную практику. Но в случае высоких профессиональных показателей применяется практика привлечения студентов второго курса, это является мотивирующим фактором к совершенствованию профессиональных навыков.

Таким образом, можно прийти к выводам: неоспоримые достоинства конкурсов профессионального мастерства, их важная роль в формировании профессиональных компетенций и мотивационной готовности обучающихся к трудовой деятельности. Опыт успеха обладает для обучающегося огромной жизненной значимостью, он убеждается в собственной компетентности, способности решать сложные профессиональные задачи в экстремальных условиях соревнования, что укрепляет его чувство самоуважения и служит основанием для уважения его со стороны не только сверстников, но и родителей, и педагогического коллектива. Чувство профессионального успеха выступает в данном возрасте ведущим эмоциональным компонентом мотивационной готовности к трудовой деятельности.

Проведение конкурсов профессионального мастерства способствует совершенствованию профессионального образования, внедрению новых форм и средств формирования и развития профессиональных компетенций.[2] Профессиональные конкурсы оказывают благоприятное влияние и на престиж специальности, и на раскрытие

новых возможностей для профессионального совершенствования, творчества. Само участие в конкурсах обогащает обучающихся новыми практическими умениями, теоретическими знаниями, придает им уверенность в своем мастерстве и открывает перспективы для дальнейшего профессионального развития, роста и самообразования.[3]

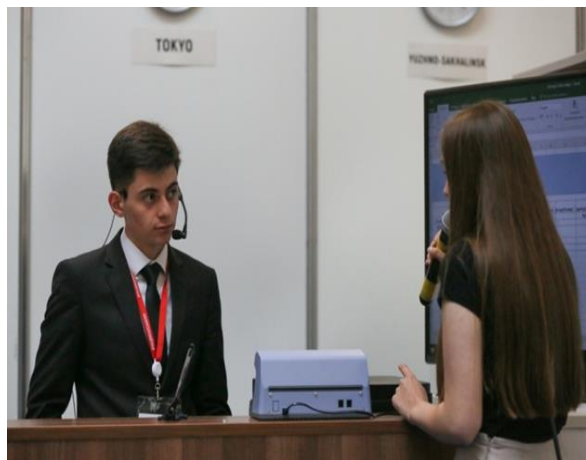


Рисунок 1 «Конкурс WorldSkills по компетенции «Администрирование отеля»»

Список используемой литературы:

Книги:

[1] Кощеев С. В. Инновационно-ориентированная подготовка персонала для сферы обслуживания, 2013.

[2] Черник, Б.П. Профессиональные конкурсы: слагаемые победы, 2016.

Интернет-ресурсы:

[3] Сайт движения Ворлдскиллс Россия,- <https://worldskills.ru/nashi-proektyi/vserossijskij-konkurs-luchshix-praktik-trudoustrojstva-molodezhi-2022>

[4] Официальный портал Колледжа туризма Санкт-Петербурга, - <https://www.ktgs.ru/>

РАННЯЯ ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНИКОВ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Студентка: Кунгер Ангелина

Преподаватель технологических дисциплин:

Широкова Лариса Викторовна

ГБПОУ ВО «Владимирский экономико-технологических колледж»

Выбор профессии - одна из самых важных жизненных проблем современного молодого человека. Она не теряет своей актуальности, потому что каждый год по окончанию школы тысячи выпускников должны выбрать свой профессиональный путь. Проблема поиска профессии у молодых людей переходит в проблему поиска себя в этой жизни. Огромный информационный поток при выборе профессии приводит старшеклассника в состояние растерянности, неопределенности. Вопрос: «Как помочь старшеклассникам выбрать оптимальную для них профессию и тем самым сделать первый шаг к решению проблемы самоопределения?» заинтересовал нас.

- **Актуальность** и недостаточная разработанность проблемы обусловили выбор темы исследовательской работы: «*Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности.*»

Создание условий для раскрытия личностных качеств школьников, реализации их творческих способностей и формирования взвешенного, самостоятельного выбора обучающимися профессиональной деятельности стало **целью** нашего исследования.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

- Ознакомление с основными принципами выбора профессии;
- сформировать положительное отношение к труду;
- привлечь внимание школьников к самоопределению выбора будущей профессии, с учётом региональной специфики и в соответствии с государственной политикой в области образования.
- научить соотносить требования, предъявляемые профессией, с индивидуальными качествами.

Объект исследования: учащиеся старших классов общеобразовательной школы.

Предмет исследования: профессиональное самоопределение

Гипотеза исследования: специально организованная и разработанная профориентационная работа в самоопределении старшеклассников будет способствовать оптимальному выбору профессии.

Новизна исследовательской работы заключается в обосновании необходимости организации профориентационной деятельности сопровождения учащихся старших классов в период формирования профессионального самоопределения, как неотъемлемого компонента профориентационной работы в условиях общеобразовательной школы.

Теоретическая значимость исследования заключается в обобщении теоретического материала в рамках проблемы формирования профессионального самоопределения современных старшеклассников в условиях общеобразовательной школы.

Практическая значимость исследования заключается: в разработке комплексного исследования, учитывающего как способности, склонности, интересы старшеклассника так и другие внешние факторы, влияющие на выбор профессии.

Методика определения склонностей учащихся старших классов к будущей профессии в рамках внеклассной профориентационной работы **Всероссийский проект ранней**

профессиональной ориентации школьников «Билет в будущее» ежегодно проводится среди обучающихся 6-11-ых классов. Проект направлен на то, чтобы помочь молодёжи определиться с выбором будущей профессии, а наставникам — передать свой опыт подрастающему поколению.

Нужно отметить, что процесс реализации проекта комплексный. Сначала желающие смогут принять участие в проекте на официальной платформе, проходят профориентационную диагностику, выбирают площадку для прохождения профессиональной пробы и изучают индивидуальные рекомендации в соответствии с выбранной профессиональной компетенцией. Дальше уже на самой пробе они выполняют единое конкретное задание.

В рамках практической части проекта «Билет в будущее «Экономико-технологический колледж уже во второй раз становится площадкой проведения профессиональных проб.

В 2022 году студентка нашего колледжа, Ангелина Кунгер, приняла участие в проекте в качестве наставника по компетенции «Поварское и кондитерское дело». Она отметила, что в этом году наблюдается особая активность участия школьниками в профессиональных пробах.

«В компетенции «Поварское дело» большинство участников — обучающиеся 6-11-х классов. Разумеется, для нас очень приятно видеть ранний интерес молодёжи к поварскому делу. В этом году в рамках проекта было включено проведение не только самой пробы, но и рефлексии опыта, полученного участниками в результате процесса.

Если, например, участник во время пробы не смог полностью справиться с заданием, наставник обязан был сразу помочь ему исправить ошибку. Такой подход эффективен тем, что участники, благодаря помощи профессионала, делают для себя выводы, которые в дальнейшем могут помочь компенсировать следующие возможные недочёты. После окончания пробы наставник с участниками анализируют проведённую ими работу и делятся своими мыслями и впечатлениями: было ли трудно и интересно.

Участники говорили, что им очень понравилось самостоятельно готовить, трогать, пробовать — в целом самостоятельно ознакомиться с рутинной деятельностью профессионального повара. Для них это была отличная возможность ощутить важность своего дела, осознать, что это одна из самых не только необходимых и полезных, но и приятных профессий. Во время профессиональной пробы школьники с большим интересом наблюдали умения и навыки наставника. Школьники также отметили, что узнали для себя что-то новое и интересное, и пришли к выводу, что готовить еду — это прекрасное увлекательное занятие.

«Билет в будущее» — это отличный шанс, предоставляющий школьникам ознакомиться с выбранной ими будущей профессией. Он также сможет помочь сделать правильный выбор, если, например, после участия в проекте ученик осознаёт, что рассматриваемая им профессия не совсем ему подходит.

Таким образом, исследование показало, что профориентационная работа действительно помогает определиться с выбором будущей профессии, подобрать специальности, максимально соответствующие интересам и профессиональным ожиданиям, соотнести свои желания и способности, сориентироваться в дальнейшей учебной и профессиональной деятельности.

Список использованной литературы:

- [1] *Абрамова Г.С.* Возрастная психология: Учеб. Пособие для студ. Вузов.3-е изд., испр. [Текст] /Г.С. Абрамова. – М.: Издательский центр «Академия», 1998. – 672с.
- [2] *А.М. Прохорова.* Большая советская энциклопедия.. – М.: Сов. Энциклопедия, 1986. – 597с.
- [3] Большая энциклопедия по психологии. Психологический словарь. <http://www.prosvetlenie.org/esoteric/2/3.html/>
- [4] *Гамезо М.В., Петрова Е.А., Орлова Л.М.* Возрастная и педагогическая психология /–М.: Издат-во Педагогическое общество России, 2003. – 512с.
- [5] *Волков Б. С.* Основы профессиональной ориентации: учеб. Пособие для вузов / Б.С. Волков. – М.: Академический Проект, 2007. – 333с.
- [6] *Зеер Э.Ф., Павлова А.М., Садовникова Н.О.* Профориентология: Теория и практика: учеб.пособ.для высшей школы.–М.: Академический проект; 7.Екатеринбург: Деловая книга, 2004. – 192 с.
- [7] *Климов Е.А.* Как выбирать профессию. – М.: Просвещение, 1990. – 159с.
- [8] *Климов Е.А.* Психология профессионального самоопределения: Учеб. 10.Пособие для студ. Высш. Пед. Уч. Заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 304 с.
- [9] Методики для профотбора и профориентации. [Электронный источник] Режим доступа: <http://testoteka.narod.ru/prof/0.html>.
- [10] *Немов Р.С.* Психология. Учеб. для студентов высш. пед.учеб. заведений. В 3 кн. 2 кн. Общие основы психологии.-2-е изд.- М.: Просвещение: ВЛАДОС, 1995. – 574 с.
- [11] *Овчарова Р.В.* Справочная книга школьного психолога.- М: Просвещение, 1993. – 354 с.
- [12] *Пряжников Н.С.* Методы активизации профессионального и личностного самоопределения . – М. : Воронеж, 2002. – 236 с.
- [13] *Пряжников Н.С.* Профориентация в школе: игры, упражнения, опросники (8-11 классы) – М.: Вако, 2005. – 288 с.
- [14] Психодиагностические методики «Школьный психолог». Электронная газета. №2. – 2007. [Электронный источник] Режим доступа: <http://psy.1september.ru/article.php?ID=200700210>.
- [15] Психологическое здоровье учащихся как цель работы «Школьный психолог». Электронная газета. №2. – 2007. [Электронный источник] Режим доступа: [http://psy.1september.ru/article.php?ID\(200701402\)](http://psy.1september.ru/article.php?ID(200701402)).
- [16] *М.Ю. Михайлина, М.А. Павлова, Я.К. Нелюбова* Сопровождение профессионального самоопределения старшеклассников: диагностика, рекомендации, занятия. – Волгоград: Учитель, 2009. – 283с.
- [17] *Сост. Л. М. Семенюк. Под ред. Д.И. Фельдштейна* Хрестоматия по возрастной психологии. Учебное пособие для студентов М.: Международная педагогическая академия, 1994.- 256 с.
- [18] *Ярошенко, В.В.* Мотивация выбора профессии и особенности ее развития у учащихся общеобразовательной школы [Текст] / В.В. Ярошенко. – М.: Просвещение, 2004. –235 с.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПРОФОРИЕНТАЦИИ, КАК СРЕДСТВО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Студентка: Логинова Ксения

Преподаватель технологических дисциплин

Афанасьева Татьяна Анатольевна

ГБПОУ ВО «Владимирский экономико-технологических колледж»

Многие годы проблема с определением своей будущей профессией остается наиболее важной для современных молодых людей. Она остается актуальной, потому что тысячи выпускников должны определиться в какой профессии они видят себя в будущем. Неправильно выбранная профессия приводит к потере интереса к обучению, а значит, в какой-то степени, и себя в этом мире. Большой поток информации, изучаемой при выборе профессии приводит молодых людей в растерянность. Вопрос: «Какие новые виды профориентационной работы могут помочь старшеклассникам выбрать оптимальную для них профессию и тем самым сделать первый шаг к решению проблемы самоопределения?» заинтересовал нас. Актуальность и возможность внедрения новых видов профориентационной деятельности обусловили выбор темы исследовательской работы: «Новые возможности для профориентации, как средство самоопределения старшеклассников»

Для того чтобы понять как мы можем помочь будущим выпускникам с выбором профессии нам показалось необходимым ознакомиться с их интересами, выяснить какие условия, внешние факторы влияют на выбор профессии. Это и стало **целью** нашего исследования.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

- узнать отношение старшеклассников к проблеме "профессионального самоопределения";
- выявить их желания и стремления к какой-либо специальности;
- помочь погрузиться в процесс работы желаемой профессии;

Объект исследования: учащиеся старших классов общеобразовательной школы.

Предмет исследования: профессиональное самоопределение.

Гипотеза исследования: специально организованная и разработанная профориентационная работа в самоопределении старшеклассников будет способствовать оптимальному выбору профессии.

Новизна исследовательской работы заключается в обосновании необходимости включения новых возможностей в профориентационной деятельности учащихся старших классов в период формирования профессионального самоопределения.

Теоретическая значимость исследования заключается в обобщении теоретического материала в рамках проблемы формирования профессионального самоопределения современных старшеклассников в условиях общеобразовательной школы.

Практическая значимость исследования заключается: в разработке комплексного исследования, учитывающего как способности, склонности, интересы старшеклассника так и другие внешние факторы, влияющие на выбор профессии, а так же разработка новых видов профориентационной работы.

В своей работе мы опирались на работы Абрамовой Г.С., Зеер Э.Ф., Климова Е.А., Немова Р.С., которые изучали проблему психологии профессионального самоопределения. Методы активизации профессионального и личностного

самоопределения, игры, упражнения, опросники рассмотрены в работах Пряжникова Н.С., Зеер Э.Ф., Павловой А.М., Садовниковой Н.О. Для поиска определений, терминов обращались к хрестоматии и энциклопедиям, интернет-ресурсам.

Глава I. Профориентационная работа в самоопределении старшекласников

В настоящее время в психолого-педагогической литературе нет единого подхода к толкованию самого понятия «профориентация».

Общим для всех толкований является то, что под профориентацией ими понимается совместная деятельность школы, семьи и общественности, направленная на подготовку учащейся молодёжи к выбору профессии в соответствии с их интересами, склонностями и способностями, а также потребностями общества в трудовых ресурсах.

Профориентация как мероприятие по самоопределению учащихся может включать в себя ряд методов:

1. Профпросвещение: профинформация и профпропаганда
2. Профконсультация
3. Профподбор
4. Профотбор
5. Экскурсия, ознакомление на месте с характером, особенностями работы.

Подводя итог данной главы, скажем, что профориентация - очень значительное явление не только в сфере педагогической отрасли, но и в жизни каждой личности. Есть несколько определений о понятии профориентации, но все сводится к одному: профессиональная ориентация - это система научно-практической подготовки молодёжи к свободному и самостоятельному выбору профессии. Её цель - подготовка подрастающего поколения к сознательному выбору профессии.

Глава II. Методика определения склонностей учащихся старших классов к будущей профессии в рамках внеклассной профориентационной работы

Решение задач, стоящих перед молодыми людьми, требует комплексной помощи со стороны школьных педагогов психологов, социальных работников, медиков, причем начинаться такая работа должна уже в средней школе. Ведь чем раньше подросток поймет, какие черты характера ему свойственны, тем больше у него шансов всесторонне подготовиться к поступлению в интересующее его учебное заведение.

Проанализировав профориентационную работу в нашем колледже мы пришли к выводу, что необходимо дать старшекласникам возможность попробовать себя в профессии не косвенно, слушая лекции или наблюдая за мастер-классом, а во время самостоятельной работы под руководством опытного преподавателя. Так в нашем колледже появился проект «Билет в будущее». С целью охвата большего количества школьников были разработаны методические рекомендации для проведения занятий в 3 возрастных категориях: школьники 6-7 класс, 8-9 класс, 10-11 класс. Помимо подробной информации о процессе приготовления того или иного блюда подросткам рассказывают историю возникновения профессии, ее значимость в современном мире, тенденции развития этой отрасли, проводят знакомство с современным технологическим оборудованием, рассказывают о новых методах приготовления блюд и изделий. В минуты свободного времени между операциями по приготовлению блюд преподаватели проводят с подростками викторины на кулинарные темы. Школьники отгадывают загадки, вспоминают пословицы и поговорки, узнают исторические факты. В конце викторины победитель и участники получают небольшие сладкие призы.

Второй год на базе нашего колледжа проходят профессиональные пробы по компетенции «Поварское дело». Десятки старшекласников с увлечением готовят

предлагаемые им блюда, непосредственно участвуя в процессе приготовления. С целью изучения спроса на подобные мероприятия нами было проведено анкетирование 20 старшеклассников.

Благодаря этим опросам были выявлены интерес старшеклассников к этой профессии, их желания приобрести именно эту ее. Полученные результаты исследования нашли отражения в диаграммах приложенных к данной работе.

Таким образом, благодаря методикам профориентации, старшеклассники получают ценные сведения о своих способностях и возможностях, выявляют интерес к той или иной профессии. Профориентационная работа может помочь молодым людям сделать оптимальный выбор будущей специальности. Ныне, профориентационные методики становятся все более популярными и актуальными, и приобретают новейшие подходы.

Заключение

В результате проделанной работы выявлено, что для старшеклассников актуальным является учебно-профессиональное самоопределение, т.е. осознанный выбор путей профессионального образования и профессиональной подготовки. Возраст старшеклассника указывает на то, что для полноценного осмысления выбора профессии нужно стать чуть старше. Поэтому, для того чтобы правильно выбрать будущую профессию, нужно провести грамотную профориентационную работу.

В настоящее время профориентационные методики становятся все более популярными и актуальными и применяют новейшие подходы.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- целью профориентации является оказание поддержки учащимся в выборе профессии путём их ознакомления со своими способностями, склонностями и интересами, а так же выработка сознательного отношения к труду;
- основной задачей является: формирование внутренней готовности к профессиональной деятельности, положительного отношения к труду, целеустремленности, предприимчивости;
- к направлениям профориентационной работы относятся: профессиональное просвещение, включающее профинформацию и профпропаганду; профессиональная консультация, нацеленная в основном на оказание индивидуальной помощи в выборе профессии со стороны специалиста; профессиональный отбор и подбор с целью выбора лиц, которые с наибольшей вероятностью смогут успешно освоить данную профессию и выполнять связанные с ней трудовые обязанности;
- основными формами профориентационной работы являются: рассказ, беседа, объяснение, диагностика, анкетирование, опрос, тестирование, экскурсия.
- внедрение новых методов проведения профориентационной работы показывают положительную динамику в выборе будущей профессии подростками.

Необходимо оказывать помощь учащимся в поиске смыслов предстоящих жизненных и профессиональных выборов, а также не отказываться от обсуждения сложных ценностно-нравственных и морально-правовых проблем.

Таким образом, исследование показало, что профориентационная работа действительно помогает определиться с выбором будущей профессии, подобрать специальности, максимально соответствующие интересам и профессиональным ожиданиям, соотнести свои желания и способности, сориентироваться в дальнейшей учебной и профессиональной деятельности.

Список использованной литературы:

Методические рекомендации:

[1]. Чернухин О.А. Сценическая самопрезентация педагога: советы конкурсантам // Народное образование. – 2011. – №8. – С. 181–184.

[2] Чикурова М.В. Методическое сопровождение конкурсов профессионального мастерства на муниципальном уровне // Методист. – 2012. – №7. – С. 36–41.

Журналы:

[3]. Психодиагностические методики «Школьный психолог». Электронная газета. №2. – 2007. [Электронный источник] Режим доступа: <http://psy.1september.ru/article.php?ID=200700210>

[4]. Психологическое здоровье учащихся как цель работы «Школьный психолог». Электронная газета. №2. – 2007. [Электронный источник] Режим доступа: [http://psy.1september.ru/article.php?ID\(200701402\)](http://psy.1september.ru/article.php?ID(200701402))

[5]. Сетевое издание «Современные проблемы науки и образования» <https://science-education.ru/>

Литература:

[6]. Гамезо М.В., Петрова Е.А., Орлова Л.М. Возрастная и педагогическая психология / под ред. Гамезо М.В., Петрова Е.А., Орлова Л.М. – М.: Издат-во Педагогическое общество России, 2003. – 512с.

[7]. Волков Б. С. Основы профессиональной ориентации: учеб. Пособие для вузов / Б.С. Волков. – М.: Академический Проект, 2007. – 333с.

[8]. Зеер Э.Ф., Павлова А.М., Садовникова Н.О. Профориентология: Теория и практика: учеб.пособ. для высшей школы. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2004. – 192 с.

[9]. Карпов, А.В. Профессионализм современного педагога: методика оценки уровня квалификации педагогических работников [Текст] / А.В. Карпов, М.Д. Кузнецова, В.Д. Шадриков. – М.: Логос, 2015. – 168 с.

[10]. Мандель, Б.Р. Инновационные технологии педагогической деятельности [Текст]: учебное пособие / Б.Р. Мандель. – М.: Директ-Медиа, 2016. – 232

[11]. Михайлина М.Ю., Павлова М.А., Нелюбова Я.К. Сопровождение профессионального самоопределения старшеклассников: диагностика, рекомендации, занятия / сост. М.Ю. Михайлина, М.А. Павлова, Я.К. Нелюбова. – Волгоград: Учитель, 2009. – 283с.

[12]. Пахомова, Е.М. Учитель в профессиональном конкурсе [Текст]: учебно-методическое пособие / Е.М. Пахомова, Л.П. Дуганова. – М.: АПК и ППРО, 2016. – 168 с.

[13]. Пряжников Н.С. Профориентация в школе: игры, упражнения, опросники (8-11 классы) – М.: Вако, 2005. – 288 с.

[14] Татура, Ю.В. Стресс: тонкости, хитрости и секреты [Текст] / Ю.В. Татура. – М: Бук-пресс, 2015. – 379 с.

[15] Черник, Б.П. Профессиональные конкурсы: слагаемые победы [Текст]: научно-практическое пособие / Б.П. Черник. – Новосибирск: НГТУ, 2016. – 170 с.

[16] Ярошенко, В.В. Мотивация выбора профессии и особенности ее развития у учащихся общеобразовательной школы [Текст] / В.В. Ярошенко. – М.: Просвещение, 2004. – 235 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТАВА, ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ, РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД С ОРЕХОМ МАКАДАМИЯ (КИНДАЛЬ)

Студентка: Родина Александра

Преподаватель-консультант:

Дёрова Наталья Юрьевна

ГБПОУ ВО «Владимирский экономико-технологических колледж»

Растение впервые было описано австралийским ботаником Фердинандом фон Мюллером, который назвал его в честь своего друга химика Джона Макадама. Долгое время орех называли по-разному: он был известен как муллимбимби, бумера, киндал-кинда. Лишь после 1930 года, когда в Австралии была создана Ассоциация любителей Макадамии, повсеместно укрепилось единое название, данное фон Мюллером.

По вкусу Макадамия напоминает лесной орех (фундук) с молочно-сливочными нотами и небольшой сладостью.

Актуальность: в орехах Макадамия содержание витаминов - В1, В2, РР, С, минералов, таких как натрий, калий, кальций, магний, фосфор, железо, микро-макроэлементов, белков, жиров, углеводов и пищевых волокон, на порядок выше, чем у других орехов. Поэтому мы считаем, что необходимо расширять ассортимент блюд с орехами Макадамия.

Цель: Исследование состава, пищевой ценности, разработка технологии приготовления блюд с орехом Макадамия (Киндаль).

Задачи:

- Провести маркетинговые исследования
- Изучить особенности технологии приготовления блюд с орехом Макадамия;
- Разработать ассортимент и технологию новых видов блюд с орехом Макадамия;
- Составить технико-технологические карты;
- Сделать заключение по исследовательской работе

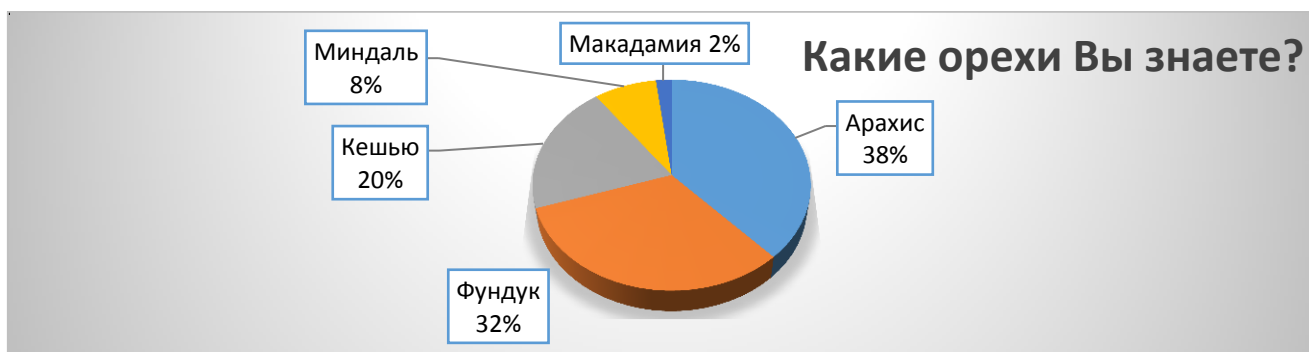
Объектом исследования в данной работе является сложная кулинарная продукция с орехом Макадамия (Киндаль).

Предмет исследования - разработка ассортимента, технико-технологических карт и технологии приготовления сложной кулинарной продукции с орехом Макадамия (Киндаль).

Практическая значимость выполненной работы заключается в возможности использовать изученные материалы в дальнейшей деятельности на предприятиях общественного питания; разработанные технико-технологические карты могут быть использованы в практике работы предприятия общественного питания, имеющих специализацию по производству блюд с орехом Макадамия (Киндаль).

Маркетинговое исследование рынка сбыта и услуг по использованию сложной кулинарной продукции с использованием блюд с орехом Макадамия (Киндаль).

Во время маркетингового исследования респондентам были заданы следующие вопросы: «Какие орехи Вы знаете?»



- Арахис 38%
- Фундук 32%
- Кешью 20%
- Миндаль 8%
- Макадамия 2%

В ходе опроса выяснилось, что Фундук и Арахис – самые известные орехи



На вопрос “Пробовали ли вы блюда с орехами?”, большая часть респондентов ответили нет.

- Да 17%
- Нет 83%

Ассортимент и технологический процесс приготовления сложной кулинарной продукции с использованием блюд с орехом Макадамия (Киндаль).

1. Суп-пюре из брокколи с орехами Макадамия.

Брокколи разбирают на соцветия, промывают холодной водой, припускают до готовности. Пюрируют блендером, добавляют сливки, прогревают. Перед подачей сверху посыпают крупно измельченным орехом Макадамия.

2. Крем-суп из запеченной цветной капусты с орехами Макадамия.

Цветную капусту разбирают на соцветия, промывают холодной водой, припускают до готовности.

Пюрируют блендером, добавляют сливки, прогревают. Перед подачей сверху посыпают крупно измельченным орехом Макадамия.

3. Тыквенный суп-пюре с орехами Макадамия.

Овощи нарезают мелким кубиком и припускают, за 5 минут до готовности добавляют соль. Охлаждают, протирают. Добавляют сливки, тщательно перемешивают. Прогревают, но, не доводя до кипения. Настаивают 5 минут, добавляют измельченный орех Макадамия.

4. Филе курицы, фаршированное персиками и орехами Макадамия.

Куриное филе нарезают на порционные кусочки, отбивают, посыпают солью. Кладут слой шпината, нарезанные тонким слоем консервированные персики и рубленые орехи

Макадамия. Завертывают в виде рулета, панируют в пшеничной муке, обжаривают с двух сторон и доводят до готовности в жарочном шкафу.

5. Chicken hearts kebab with macadamia.

Подготовленные сердечки маринуют в соевом соусе с добавлением лимонного сока и смеси 5 трав, 1-1.5 часа. Надевают на шпажки, чередуя с красным перцем, персиками консервированными.

В гастроемкость наливают бульон, добавляют зубчики чеснока, дольки лимона, репчатый лук и ароматизированные специи.

Шпажки укладывают поперек гастроемкости и отправляют в пароконвектомат, режим жар-пар.

Соус: мандарины очищают, измельчают блендером, добавляют сливки, желток, соль и уваривают на водяной бане.

6. Запечённая говядина в сметано-сливочном соусе и орехами Макадамия.

Мясо нарезают порционными кусками. Отбивают, делают насечки ножом. Посыпают солью и обжаривают с двух сторон. Панируют в смеси измельченного розового, черного перца и ореха Макадамия. На пергамент выкладывают подушку из садкого красного перца, мясо смазывают сметано-сливочным соусом. Запекают.

7. Салат Аляска с орехами Макадамия.

Куриное филе отваривают, охлаждают. Филе, консервированные ананасы нарезают средним кубиком, сыр нарезают мелкой соломкой. Все ингредиенты перемешивают, заправляют майонезом. салат укладывают в формовочное кольцо, сверху орехи Макадамия.

8. Salad with beef, strawberries and macadamia nuts.

Говядину отваривают, охлаждают. Говядину, свежую клубнику, нарезают средним кубиком. Сыр мелкой соломкой. Все ингредиенты перемешивают. 1/2 салата заправляют майонезом. Сверху наносят сеточку из оставшегося майонеза и укладывают орехи Макадамия.

9. Салат с авокадо, цветной капустой и орехами Макадамия.

Филе отваривают, охлаждают и нарезают крупным кубиком. Капусту припускают, охлаждают, нарезают длинной соломкой. Авокадо снимают кожицу, вынимают ядро, нарезают крупным ломтиком. Обжаривают на оливковом масле. На тарелку укладывают филе смешанное с яблоком, сверху капуста. Из кондитерского мешка наносят сеточку из майонеза, посыпают рублеными орехами Макадамия. По краям укладывают жареный авокадо.

10. Салат с жареными баклажанами и орехами Макадамия.

Говядину отваривают, охлаждают. Баклажаны нарезают ломтиками и обжаривают на оливковом масле. Авокадо снимают кожицу, вынимают ядро, нарезают крупным ломтиком. Обжаривают. Говядину, свежую клубнику, нарезают средним кубиком. Сыр мелкой соломкой. Все ингредиенты перемешивают. 1/2 салата заправляют майонезом. Сверху наносят сеточку из оставшегося майонеза и укладывают орехи Макадамия. По краям салата укладывают подготовленные баклажаны.

ПРИМЕР ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТЫ

Утверждаю
Руководитель предприятия
ООО «Кайзер»
(наименование предприятия)

Новосельцева О. В
(Ф.И.О.)

6.11.2022
(дата)

ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА № Суп-пюре из брокколи с орехами Макадамия.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящая технико-технологическая карта распространяется на Суп-пюре из брокколи с орехами Макадамия, вырабатываемое в ООО «Кайзер» и реализуемое в его филиалах.

2. ТРЕБОВАНИЯ К СЫРЬЮ

Продовольственное сырьё, пищевые продукты и полуфабрикаты, используемые для приготовления блюда, должны соответствовать требованиям действующих нормативных и технических документов, иметь сопроводительные документы, подтверждающие их безопасность и качество (сертификат соответствия, санитарно-эпидемиологическое заключение, удостоверение безопасности и качества и пр.)

3. РЕЦЕПТУРА

Наименование сырья и продуктов	Расход сырья и продуктов на 1 порцию, г	
	Брутто	Нетто
Орех макадамия	100	30
Брокколи свежая	238	200
Сливки 20%	20	20
Соль	2	2
Выход		250

4. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

4.1. Технологический процесс подготовки сырья производится в соответствии с рекомендациями Сборника технологических нормативов для предприятий общественного питания и технологическими рекомендациями для импортного сырья.

4.2. Брокколи разбирают на соцветия, промывают холодной водой, припускают до готовности.

Пюрируют блендером, добавляют сливки, прогревают. Перед подачей сверху посыпают крупно измельченным орехом макадамия.

5. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И ХРАНЕНИЮ

Реализуется сразу после приготовления. Подают в супнице, оформляется тонко нарезанным красным сладким перцем и сливками.

6. ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ

6.1. Органолептические показатели качества:

Внешний вид однородная масса, без кусочков не протертого брокколи

Цвет кремово-зеленый

Текстура однородная, вязкая

Вкус и запах нежный, в меру соленый, с ярко выраженным ароматом брокколи

6.2. Микробиологические показатели СанПин2.3.6.1079-01

7. ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ

Суп-пюре из брокколи с орехами Макадамия.

(наименование блюда)

Белки, г	Жиры, г	Углеводы, г	Калорийность, ккал
3.55	11.02	5.10	125.04

Ответственный за оформление ТТК Родина А.А.

Зав. производством Новосельцева О. В.

Заключение

В исследовательской работе были проработаны 10 блюд с использованием ореха Макадамия. При составлении технологических карт были учтены отходы и потери при первичной обработке каждого сырья. Технологическая схема приготовления блюда составлялась с указанием последовательности всех операций, применяемых в процессе приготовления блюда.

В практической части произведены расчеты пищевой ценности сырьевого набора, исходя из химического состава продуктов, входящих в состав блюда. На основе этих данных произведен расчет пищевой ценности готового блюда с учетом потерь пищевых веществ при тепловой обработке. В итоге произведен анализ пищевой ценности блюда.

Список использованной литературы:

- [1]. Свободная энциклопедия «Википедия», - <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D0%BC%D0%B8%D1%8F>
- [2]. Nuts Boom, «Примеры использования макадамии в кулинарии», - <https://nutsboom.com.ua/makadamiya-povelitel-orekhov.-retsepty-na-osnove-magadanskogo-orekha/>

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОФЕССИИ ПОВАР ЧЕРЕЗ ПРОВЕДЕНИЕ СОРЕВНОВАНИЙ КОНКУРСНОГО ДВИЖЕНИЯ «АБИЛИМПИКС»

Студент: Титов Артём

Преподаватель-консультант:

Блясова Галина Николаевна

СПб ГБПОУ «Лицей сервиса и индустриальных технологий»

Цель: выявление возможности популяризации профессии повара с помощью конкурса «Абилимпикс»

Задачи: рассмотреть аспекты конкурса «Абилимпикс»; выявить значимость конкурса в профориентации.

Гипотеза: движение «Абилимпикс» может помочь расширить круг людей с интересом к профессии повара

Методы: анализ литературы и актуализация итогов участников конкурса

Профориентация – это специально организованная помощь в профессиональном самоопределении подростков. Её главной задачей является всестороннее развитие личности и активизации самих подростков в процессе определения своего места в мире профессий. Для того, чтобы профессиональное самоопределение было успешным, важно развивать активное отношение к себе, своим возможностям в связи с осознанием важности и необходимости самоопределения и адекватного отношения к вопросу, основанного на понимании своих желаний и способностей. Кроме этого, большую роль в успешности процесса профориентации играет фактор максимально адекватной оценки своих психофизиологических особенностей. Важным для решения вопроса о профессиональном будущем каждого подростка является диагностика способностей, индивидуальных особенностей, интересов и склонностей, которые зависят как от условий воспитания и обучения, так и от природных задатков. Конечная цель профориентации – не разовая помощь в профессиообразовательном выборе 9- и 11-классников, а подготовка обучающегося к самостоятельному и осознанному выбору своей социально-профессиональной позиции, который ему придется совершать на протяжении всей своей жизни. Иногда недостаточно выполнение реферативных заданий, классных часов, диагностических тестирований, дней открытых дверей. Возможно, потребуются нечто иное: собственный практический опыт профессионального самоопределения, осмысленный сначала при помощи педагогов, а затем и самостоятельно. В педагогической практике уже признано, что эффективными формами самореализации и самосовершенствования обучающихся являются олимпиады, фестивали, проектная деятельность, учебные и производственные практики, конкурсы профессионального мастерства и многое другое. Безусловными плюсами такого метода являются вовлечение самостоятельной активности участников, формирование творческого и профессионального мышления, повышение эффективности освоения профессионально-предметных знаний, отрабатываются различные ситуации, связанные с социальными взаимодействиями и будущей профессией. ^[1]

Для людей с ОВЗ проблема выбора профессии требует разработки комплексного подхода. Международный конкурс профессионального мастерства «Абилимпикс» - чемпионат по профессиональному мастерству для инвалидов и лиц с ограниченными

возможностями здоровья в возрасте от 14 до 65 лет. Это движение, создавая условия профориентации для лиц с ОВЗ, помогло изменить традиционные взгляды на потенциал и способности инвалидов. Это привело к росту их возможности для трудоустройства и их профессиональной стабильности. У детей с ОВЗ, кроме трудностей с усвоением учебного материала и проблем с социализацией, часто имеют место быть сложности, связанные с мотивацией, вызванные невозможностью проявить свои способности в коллективе.

Поэтому участие в таких конкурсах, как «Абилимпикс», для людей с инвалидностью является важным и даже необходимым. У них формируется чувство ответственности, развиваются творческое мышление, коммуникативные и профессиональные качества. Также прививается дисциплинированность и самостоятельность, повышается уверенность. Все эти качества и навыки помогают адаптироваться во взрослой жизни.

Впервые конкурс «Абилимпикс» прошел в Японии в 1953 году. Его название произошло от английского Olympics of Abilities («Олимпиада возможностей»). Впоследствии «Абилимпикс» стал международным мероприятием.

История движения «Абилимпикс»

Впервые конкурс «Абилимпикс» прошел в Японии в 1953 году. Впоследствии он стал международным, и сейчас в нем участвуют 53 государства в 50-ти профессиональных компетенциях.



В первый раз в России конкурс прошел в 2015 году.

На данный момент в нем участвуют 53 государства, а количество профессий, в рамках которых проводятся соревнования, достигло 50. Впервые в России конкурс для людей с инвалидностью прошел в 2015 году. Основными задачами движения являются:

- повысить у инвалидов профессиональные навыки и стремление к профессиональной независимости;
- поддерживать их социальную интеграцию;
- способствовать международному обмену
- вовлекать соответствующие органы в процесс социального и профессионального развития лиц с ОВЗ

В этом году соревнования проходили под девизом «Вместе – сильнее!». Данный девиз отражает суть инклюзивного общества, где общими усилиями трудности преодолевать легче. Рядом с наставниками и единомышленниками достижение целей не являются столь сложными, как было бы в одиночестве. Нахождение среди других людей стимулирует развитие в учебе, профессии, вместе легче стать сильнее в коммуникации, жизни.

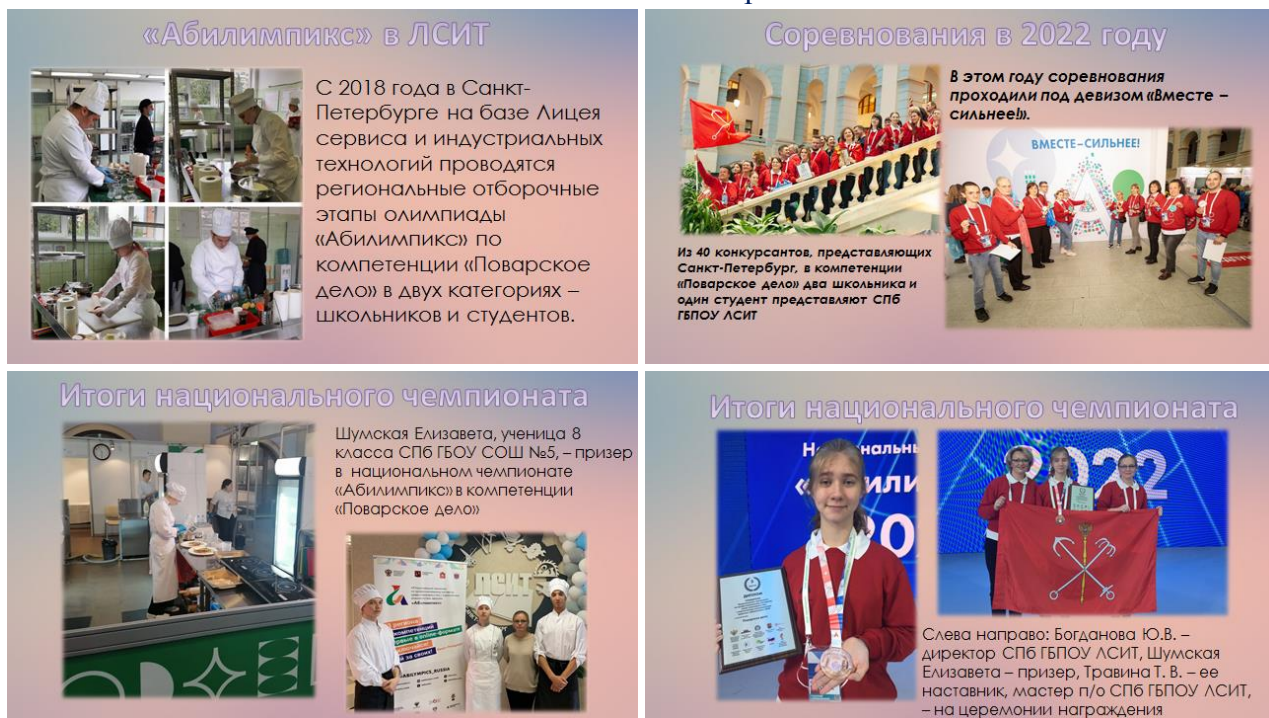
С 2018 года в Санкт-Петербурге на базе ЛСИТ проводятся региональные отборочные этапы олимпиады «Абилимпикс» по компетенции «Поварское дело» в двух категориях – школьников и студентов. Работа на площадке проводится в направлениях:

профориентационная работа и соревнования. Наш лицей тесно сотрудничает с школой №5 Адмиралтейского района. Итоги отборочного этапа 2022 года:

1 место — Шумская Елизавета;

2 место — Овечкин Владислав;

3 место — Катаев Сергей



Из 40 конкурсантов, представляющих Санкт-Петербург в Москве, в компетенции «Поварское дело» 2 школьника и 1 студент представляют СПб ГБПОУ ЛСИТ. Одним из призеров национального чемпионата «Абилимпикс» стала Шумская Елизавета, ученица 8 класса СПб ГБОУ СОШ №5.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что «Абилимпикс» - конкурс, помогающий людям с ОВЗ лучше адаптироваться в обществе, показать свои способности и развить их. Этот проект охватывает множество профессий, одна из которых – поварское дело. Данный конкурс является одним из способов раскрыть внутренний потенциал людей и расширить круг работников в кулинарной индустрии.

Список используемой литературы:

- [1] Вахова Э. Ю., Развитие системы профессиональной ориентации через конкурсы профессионального мастерства для людей с инвалидностью. Движение «Абилимпикс». –
- [2] Ведущий образовательный портал России Инфоурок, "Развитие системы профессиональной ориентации через конкурсы профессионального мастерства для людей с инвалидностью. Движение «Абилимпикс»", - <https://infourok.ru/razvitie-sistemy-professionalnoj-orientacii-cherez-konkursy-professionalnogo-masterstva-dlya-lyudej-s-invalidnostyu-dvizhenie-ab-5769285.html>
- [3]. Свободная энциклопедия "Википедия", статья "Абилимпикс"- <https://ru.wikipedia.org/wiki/Абилимпикс>
- [4]. Концепция развития движения «Абилимпикс» в Российской Федерации на 2021-2030 годы,- http://abilimpiks74.ru/2_Documents/2021/koncepcija_dvizhenija_abilimpiks_2021.pdf

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОФЕССИЙ И СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ЧЕРЕЗ ПРОВЕДЕНИЕ СОРЕВНОВАНИЙ КОНКУРСНОГО ДВИЖЕНИЯ «МОЛОДЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ»

*Студентка: Яковлева Мария
Преподаватель-консультант:
Петрова Наталья Владимировна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы исторического развития конкурсного движения, возрастание значимости конкурсов профессионального мастерства для профессионального развития обучающихся, распространения инновационного опыта, получения качественно нового уровня образованности специалистов, имеющих навыки не только общих, но и профессиональных компетенций.

Ключевые слова: креативность, профессиональное мастерство, престиж профессий, развитие компетенций, активная жизненная позиция.

Актуальность исследования: Интенсивные изменения в социальной, культурной и экономической жизни российского общества, происходящие в последние десятилетия, ставят новые, более сложные задачи перед системой профессионального образования. Теоретическая подготовка создает определенный фундамент знаний, составляющий профессиональный кругозор специалиста, в тоже время практическая подготовка обеспечивает обучение профессиональным знаниям и умениям, охватывающим всю профессиональную деятельность специалиста.

Гипотеза исследования: Мы считаем, что профессиональное образование, основанное на теоретических знаниях, уже давно перестало соответствовать запросам современного рынка труда. Современное производство требует качественно нового уровня образованности работника. Возрастает потребность в мобильных, креативных, имеющих навыки и опыт работы специалистов. И конкурсы профессионального мастерства этому наиболее способствуют.

Основная цель любого профессионального конкурса: демонстрация профессионального мастерства, повышение престижа профессии, создание среды состязания и творческого общения и дальнейшее его совершенствование.

Общие задачи - выявить талантливых, творческих студентов, поднять престиж профессии, создать условия для профессионального и творческого роста студентов.

Конкурсы профессионального мастерства имеют свою историю. Одними из первых конкурсов профессионального мастерства являлись Профессиональные педагогические конкурсы, зародившиеся в России в 20-е годы прошлого столетия как потребность в выявлении и распространении опыта учителей. В 1923 году газета «Правда» совместно с Наркомпросом, Главполитпросветом, крупными издательствами, выделившими специальные премии победителям, организовала Всероссийский конкурс на лучшего учителя. В объявлении о конкурсе разъяснялось, что лучшим нужно считать учителя, «если он сумел при чрезвычайно тяжелых условиях сохранить школу, благоустроить её; если он научил детей любить школу; если учитель связал школу с производством и принимает активное участие в общественной жизни; если он борется с религиозными предрассудками; если учитель помогает организовать кооператив, показывает лучшие способы ведения хозяйства». Далее конкурсы стали распространяться и на другие сферы человеческой деятельности.

В настоящее время конкурсы мастерства - одно из средств повышения профессионализма студентов. Они создают благоприятную мотивационную среду для профессионального развития студентов, распространения инновационного опыта, способствует профессиональному самоопределению. Каждый конкурс несет свою смысловую нагрузку. К положительным сторонам конкурсов можно отнести:

- 1. Развитие компетенций, развитие творческого потенциала, приобщение к исследовательской деятельности;*
- 2. Развитие активной жизненной позиции, коммуникативных способностей, стремления к самосовершенствованию, самопознанию, самоактуализации;*
- 3. Создание благоприятной мотивационной среды для профессионального развития студентов;*
- 4. Внедрение новых технологий в муниципальную сферу образования;*
- 5. Повышение рейтинга не только отдельного студента, но и колледжа в целом.*

Конкурсы в сравнении с другими формами внеклассной и внеурочной работы более эффективно способствуют формированию опыта творческой деятельности обучающихся в системе начального профессионального образования, создают оптимальные условия для самореализации личности, её профессиональной и социальной адаптации.

Происходит накопление обучающимися опыта творческой деятельности.

Существует ряд специальностей в системе среднего профессионального образования, при обучении которым совершенно необходимо одновременное формирование такого опыта. Это стало неотъемлемым компонентом содержания производственного обучения.

Участие в профессиональных конкурсах и олимпиадах на областном, региональном и федеральном уровне просто жизненно необходимо, прежде всего, потому, что именно здесь сосредоточено всё ценное, новое, современное.

Использование в процессе подготовки специалистов профессиональных конкурсов, как формы внеурочной учебной деятельности, гарантирует их эффективную подготовку, так как эта форма работы расширяет возможности студентов в развитии интеллектуальных и творческих умений, коммуникативных навыков и профессионального мышления.

Проведение профессиональных конкурсов по специальностям стало хорошей многолетней традицией. В нашем учебном заведении планирование и организация конкурсов профессионального мастерства осуществляется в течение каждого учебного года. Для каждого профессионального конкурса составляется положение, четко планируются этапы конкурса, разрабатываются теоретические и практические задания, обсуждаются критерии оценки и формы оценочных листов для объективной работы жюри, создаются необходимые условия для проведения конкурса.

Для участия в конкурсах профессионального мастерства отбираются лучшие студенты. Отделение ресторанный сервис проводит много конкурсов для студентов в стенах колледжа, помимо участия в мировых конкурсах. Так в этом году прошел день хлеба, где студенты пекли хлеб из разных сортов муки и в разных техниках. Прошел день овсянки «Каша-матушка наша», в рамках дня открытых дверей, где студенты провели викторину и мастер-класс по приготовлению диетического мороженого с добавлением овсяных хлопьев.

Старикова Надежда, студентка 342 группы Колледжа туризма Санкт-Петербурга стала победителем Итоговых соревнований, приравненных к Финалу X Национального

чемпионата «Молодые профессионалы»-2022 по компетенции «Поварское дело» основной возрастной линейки. В результате соревнований конкурсантка завоевала **Золотую медаль**. Соревнования проходили с 14 по 25 апреля 2022года в Санкт-Петербурге, в Колледже туризма Санкт-Петербурга.

С 3 по 9 июля 2022 года сотрудник Колледжа туризма Санкт-Петербурга **Афанасьев Герман Алексеевич** и участники расширенного состава национальной сборной Ворлдскиллс Россия, студенты Колледжа туризма Санкт-Петербурга **Рубаков Дмитрий** и **Старикова Надежда** под руководством международного эксперта **WSR Евгения Иришкина** поделились своим опытом работы на «Первом форуме Северной Осетии промышленного и строительных блоков, креативности и сервиса». Основной целью форума было повышение квалификации сотрудников гостиниц, ресторанов, предприятий общественного питания.

Так же студенты нашего отделения - победители соревнований Кубка Губернатора Санкт-Петербурга в номинации «Лучший юниор Петербургской кухни» - 2022.

В соревнованиях принимали участие обучающиеся профильных средних профессиональных и высших учебных заведений. В рамках конкурсного задания, команда участников из 2-х человек должна из обязательных продуктов в течение 90 минут приготовить блюда с использованием рецептов на основе кулинарных книг XIX века:

- ◆ горячее блюдо в ресторанной подаче, обязательный продукт: судак филе
- ◆ заварной мусс в ресторанной подаче, обязательные продукты малина, яйца куриные, сливки 35%, желатин.

По итогам соревнований, студенты колледжа Рубаков Дмитрий и Старикова Надежда заняли 1 место в номинации «Лучший юниор Петербургской кухни».

Теперь уже студентка четвертого курса Колледжа туризма Санкт-Петербурга **Старикова Надежда** завоевала **золотую медаль** на распределенном Евразийском чемпионате в рамках Нацфинала 2022 по компетенции «Поварское дело». Евразийский чемпионат проходил в течение 3 дней, ежедневно выполнялись конкурсные задания по нескольким модулям, которые включали в себя приготовление холодных закусок, салатов, горячих блюд и десертов по международным стандартам, в том числе в авторском исполнении.

09 сентября 2022 года в Колледже туризма Санкт-Петербурга проводился первый день соревнований Финала X Национального чемпионата «Молодые профессионалы» - 2022 по компетенции «Ресторанный сервис» СПО и Юниоры.

Соревнования прошли в дистанционно-очном формате на конкурсной площадке по компетенции «Ресторанный сервис», созданной в рамках Национального проекта «Образование», на отделении «Ресторанный сервис» по адресу, наб. Обводного кан., 154-а. Компетенцию «Ресторанный сервис» СПО и Юниоры, представляют учащийся СОШ, подготовленный на базе Колледжа туризма Санкт-Петербурга и студент Колледжа:

- Рубцов Александр, ГБОУ СОШ №181, в возрастной категории Юниоры;
- Барышников Андрей, отделение «Ресторанный сервис, группа 376, в возрастной категории СПО.

Подводя итоги, благодаря конкурсам профессионального мастерства, студенты получают больше навыков для развития в сфере ресторанного сервиса. Популяризация профессии помогает привлечь внимание людей к данной сфере для её дальнейшего развития и привлечения в неё новых работников.

Список используемой литературы:

Для книг:

- [1] *Гирба, Е.Ю.* Презентация профессионального мастерства как средство повышения квалификации учителя: учебно-методическое пособие / *Е.Ю. Гирба, С.Б. Светлолобова, О.С. Полковникова, Ю.Г. Хохлова.* – М.: Перспектива, 2015. — 144 с.
- [2] *Пахомова, Е.М.* Учитель в профессиональном конкурсе: учебно-методическое пособие / *Е.М. Пахомова, Л.П. Дуганова.* - М.: АПКиППРО, 2016. - 168 с.
- [3] *Иниакова, И.В.* Новые подходы и требования к системе повышения профессионального уровня педагогических кадров образовательных учреждений при реализации ФГОС: Материалы II Всероссийской научно практической конференции. – М.: Педагогическое общество России, 2015. – 256 с.
- [4] *Карпов, А.В.* Профессионализм современного педагога: методика оценки уровня квалификации педагогических работников / *А.В. Карпов, М.Д. Кузнецова, В.Д. Шадриков.* – М.: Логос, 2015. – 168 с.

Для материалов из INTERNET:

- [5] <https://www.ktgs.ru/>
- [6] <https://culinaryschool-ru.turbopages.org/culinaryschool.ru/s/luchshie-professionalnye-konkursy-dlya-povarov-i-konditerov/>
- [7] <https://nsportal.ru/npo-spo/obrazovanie-i-pedagogika/library/2022/06/16/rol-konkursov-professionalnogo-masterstva-kak>

РАННЯЯ ПРОФОРИЕНТАЦИЯ ШКОЛЬНИКОВ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

*Студентка: Фугина Ульяна
Преподаватель-консультант:
Кириенко Елена Михайловна
Колледж туризма Санкт-Петербург*

Целью данного исследования является изучение процесса подготовки и формирования выбора профессии школьниками на примере профориентационной работы, проводимой на отделении «Ресторанный сервис» Колледжа туризма г. Санкт-Петербурга.

В процессе планирования исследования автором была сформулирована следующая **гипотеза**: ранняя профориентация способствует повышению удовлетворённости выбором профессии, формирует у школьника внутреннюю готовность самостоятельно и осознанно планировать, корректировать и реализовывать перспективы своего развития (профессионального, жизненного и личностного).

При проведении исследования были использованы следующие **методы**:

- изучение литературных источников,
- участие в мероприятиях «День открытых дверей» отделения «Ресторанный сервис»,
- анкетирование студентов.

Профориентация, это система мер по оказанию молодёжи личностно ориентированной помощи в выявлении и развитии способностей и склонностей, профессиональных и познавательных интересов в выборе профессии, а также формирование потребности и готовности к труду в условиях рынка. Профориентация реализуется через учебно-воспитательный процесс, внеурочную и внешкольную работу с учащимися.

В настоящее время возрастает значение личности, готовой к самостоятельной жизни. Подготовка подростка к осознанному профессиональному выбору становится жизненно необходимой. Стадия выбора должна завершаться формированием достаточно четкого представления о той профессии, в которую подрастающий человек в будущем будет включен.

Ранняя профориентация школьников важна, так как является неотъемлемой частью всестороннего и гармоничного развития личности, и ее следует рассматривать в единстве и взаимодействии с нравственным, трудовым, интеллектуальным, политическим, эстетическим и физическим совершенствованием личности, то есть со всей системой.[1]

Цели профориентационной работы:

- оказание эффективной поддержки учащимся в процессе выбора профиля обучения и сферы будущей профессиональной деятельности;
- выработка у школьников сознательного отношения к труду, профессиональное самоопределение в условиях свободы выбора сферы деятельности в соответствии со своими возможностями, способностями и с учетом требований рынка труда.

Существуют различные способы организации профориентационной работы:

- 1)Профессиограммы – это краткие описания профессий, с которыми необходимо ознакомить школьников;
- 2)Справочная литература – это специальные издания, в которых в краткой и понятной форме даются характеристики профессий.

3) Информационно-поисковые системы, которые позволяют оптимизировать поиск профессий, учебных заведений и мест работы.

4) Тесты профессиональной психодиагностики, целью которых является определение профессиональных интересов людей, их личностных характеристик, способностей и мотивов.

5) Экскурсии на предприятия и в учебные заведения (колледжи; институты).

Это самый эффективный и наглядный способ ознакомления с будущей профессией.

[4]

Ранняя профессиональная ориентация имеет много плюсов:

- чем быстрее школьник определится с будущей профессией, тем больше времени у него будет для подготовки;
- благодаря профориентации дети не испытывают стресса, тревогу или страх перед будущим;
- самостоятельно делает свой выбор, без помощи и указаний родителей;
- школьник учитывает свои интересы при выборе профессии.[5]

У ранней профориентации есть и минус: она может «заиклнить» школьника на одной профессии.[2]

Необходимость ранней профориентации обоснована тем, что люди, которые выбрали профессию, не имея представления о ней, могут бесполезно затратить годы на учёбу. Государство финансирует обучение студентов, которые могут не закончить свое обучение.[3]

В нашем колледже с целью профессиональной ориентации с сентября по май проводятся дни открытых дверей для школьников. В эти дни мы можем показать наши успехи в обучении студентов. Будущие повара демонстрируют процесс приготовления блюд; официанты – как правильно сервировать стол; бармены показывают, как надо готовить напитки. Студенты могут сами рассказать об опыте учебного процесса и поделиться своим успехам на пути обучения. Также школьникам проводят экскурсии по нашему колледжу, где подробно рассказывают о обучении и показывают, где проходят занятия у студентов. Таким образом, школьники смогут лучше понять возможности своего развития в нашем колледже.

Дни открытых дверей в Колледже туризма:



Для будущих студентов нашего колледжа проводятся мероприятия по профессиональной тематике, конференции. Например, была проведена конференция о кулинарных традициях праздника пасхи. Преподаватели вместе со студентами подробно рассказывали о пасхальной кулинарии, ее особенностях.

Для выявления значимости ранней профориентации, мы провели анкетирование студентов нашего колледжа на тему: «Влияние школьной профориентации на выбор профессии». В ходе которого мы опросили 68 человек (группы: 470; 471; 176; 376; 377). Результаты анкетирования:

Таблица 1 - Когда вы выбрали специальность, которую хотите получить в колледже?

Ответ	человек	%
5-7класс	2	2,9
8-9класс	25	36,8
Прямо перед поступлением	41	60,3

Таблица 2 - Удовлетворены ли вы выбором специальности?

Ответ	человек	%
Да	19	27,9
Скорее да	29	42,6
Скорее нет	12	17,6
Нет	8	11,8

Таблица - Были ли у вас в школе курсы профориентации?

Ответ	человек	%
Да	27	39,7
Нет	34	50
Затрудняюсь ответить	7	10,3

Таблица 4 - Нужна ли ранняя профориентация школьникам (помогает ли она с выбором профессии)?

Ответ	человек	%
Да	49	72,1
Нет	6	8,8
Затрудняюсь ответить	13	19,1

Таблица 5 - Планируете ли вы учиться дальше после окончания колледжа (получить дополнительную специальность, высшее образование)?

Ответ	человек	%
Да	31	45,6
Нет	15	22,1
Затрудняюсь ответить	22	32,4

В результате исследования выявлено, что студенты, выбравшие специальность прямо перед поступлением, выражают большую неудовлетворённость своим выбором (14 человек).

Также по данным результатов анкетирования мы выявили, что ранняя профориентация важна для школьников, так как она помогает с выбором профессии, делает его более осознанным и значимым. У большинства студентов нашего колледжа не

было курсов профориентации в школе, но они считают, что они важны и нужны для школьников, так как они помогают лучше узнать о выбранной профессии и сделать их выбор правильным и успешным.

В целом, на основании нашего исследования можно сделать вывод, что для повышения осознанности выбора абитуриентов, в колледже необходимо проводить больше мероприятий для школьников 5-9 классов. Но для того, чтобы эта работа была эффективной, необходима серьёзная профориентационная работа в школах.

Список используемой литературы:

- [1] *Никифорова С.О.*, Ранняя профориентация школьников как важнейшее направление профессионального становления личности-<https://multiurok.ru/files/ranniaia-proforientats-ia-shkolnikov-kak-vazhneish.html>
- [2] *Киструй А.К.*, Профориентационная работа с младшими школьниками-<https://moluch.ru/archive/317/72440/>
- [3] *Романова Е.С.*, Педагогические идеи "Ранняя профориентация младших школьников"-<https://infourok.ru/pedagogicheskie-idei-rannyaia-proforientaciya-mladshih-shkolnikov-5147323.html>
- [4] *Оборина М.И.*, Какую профессию выбрать, чтобы потом не было мучительно больно, и при чём тут профориентация-<https://practicum.yandex.ru/blog/proforientatsiya>
- [5] *Иванова Е.М.*, Ранняя профориентация школьника: плюсы и минусы-<https://blog.maximumtest.ru/post/rannyaia-proforientaciya-shkolnika-plyusy-i-minusy.html>

ТРЕТИЙ РАЗДЕЛ
«XXI ВЕК - ВЕК ВЫСОКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»
РОБОТОТЕХНИКА
НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

*Студенты: Зябко Никита,
Файзуллоев Сухроб*

*Преподаватель-консультант:
Кугаро Ирина Владимировна*

СПБ ГБПОУ «Сестрорецкий технологический колледж им. С.И. Мосина»

Робот — это машина, программируемая компьютером и способная автоматически выполнять сложную серию действий. Робот может управляться внешним устройством или управление может быть встроено внутрь него. Роботы могут быть сделаны так, чтобы напоминать человеческую форму, но большинство роботов — это машины для выполнения задач, разработанные с акцентом на абсолютную функциональность, а не на выразительную эстетику.

Сервисный робот — это автоматическое устройство, которое помогает людям, выполняя рутинную, удаленную, опасную или повторяющуюся работу, включая работу по дому. Как правило, они автономны или управляются встроенной системой управления с возможностью перехода на ручное управление. Международная организация по стандартизации определяет «сервисного робота» как робота, «который выполняет полезные задачи для людей или оборудования, исключая приложения промышленной автоматизации».

Согласно ISO 8373 роботы должны обладать «определенной степенью автономности», которая представляет собой «способность выполнять намеченные задачи на основе текущего состояния и ощущений, без вмешательства человека». Для сервисных роботов эта степень варьируется от частичной автономии — включая взаимодействие человека и робота — до полной автономии, то есть, без активного вмешательства человека.

Сервисные роботы делятся на категории в зависимости от личного или профессионального использования. Они имеют множество форм и структур, а также областей применения.

Возможные области применения роботов для помощи человеку в работе широко распространены. В настоящее время существует несколько основных категорий, на которые делятся эти роботы.

- Роботы для оказания услуг

Сервисные роботы (англ. Frontline Service Robots) — это системные автономные и адаптируемые интерфейсы, которые взаимодействуют, общаются и предоставляют услуги клиентам организации.

- Бытовые

Бытовые роботы выполняют задачи, которые люди регулярно выполняют в непромышленной среде, например, в домах, например, мытье полов, стрижка газонов и уход за бассейном. Люди с ограниченными возможностями, а также пожилые люди, возможно, скоро смогут использовать сервисных роботов, чтобы жить независимо. Также возможно использование некоторых роботов в качестве помощников или дворецких.

- **Научные**

Роботизированные системы выполняют множество функций, например, повторяющиеся задачи, выполняемые в научных исследованиях.

Они варьируются от многочисленных повторяющихся задач, выполняемых генными пробоотборниками и секвенаторами, до систем, которые могут практически заменить ученого при разработке и проведении экспериментов, анализе данных и даже формировании гипотез.

Автономные научные роботы выполняют задачи, которые человеку было бы трудно или невозможно решить, от морских глубин до космоса. Робот Sentry может опускаться на глубину до 4 500 метров и позволяет перевозить более высокую полезную нагрузку, поскольку ему не требуется корабль поддержки, кислород и другие удобства, необходимые для пилотируемых человеком судов.

Роботы в космосе включают марсоходы, которые могут проводить отбор проб и фотографирование в суровых условиях атмосферы на Марсе.

- **Событийные роботы**

Роботы для мероприятий начинают использоваться в сфере обслуживания для взаимодействия с клиентами и посетителями мероприятий. Роботы служат отличным источником взаимодействия. Робот-фотограф «Ева» - пример того, как роботы могут использоваться на мероприятиях для вовлечения посетителей.

Dalu Robot Restaurant Цзинань, Китай

Dalu открылся в 2010 году. Роботы-официанты здесь напоминают дроидов из фильмов «Звездные войны». У каждого есть сенсор, при помощи которого робот определяет столик, за которым посетители ожидают заказ.

В меню входят блюда китайской и европейской кухни: традиционный суп, мясная отбивная, есть широкий выбор салатов. Пока посетители едят, возле них находится робот-гейша – манекен в красочном кимоно, который издает звуки и двигает конечностями.

Робо-официанты ездят на велосипедах, блюда перевозятся в багажнике. Всего задействованы 12 роботов: помимо официантов есть еще хостес и артисты, которые развлекают публику пением и танцами. Цена каждого робота – \$6 тыс. В планах хозяина – довести количество роботов до 30 и модифицировать их, чтобы те умели подниматься по лестнице.



Rollercoaster Вена, Австрия

Название ресторана переводится как «Американские горки». Роботы-бармены смешивают напитки и отправляют их по крутым, закрученным в зигзаги и спирали маленьким рельсам – мини-американским горкам – прямо до столика клиента.

Меню здесь – это планшет, в котором заказ делается так же, как и в интернет-магазине. Планшет выдают на входе под залог какой-либо ценной вещи.

Информация о заказе кодируется в штрих-код. Тот распечатывается и отправляется роботу-бармену, который приступает к приготовлению напитка.

Всего за барной стойкой находятся два робота. Клиенты признаются, что лучше всего у тех получается смешивать коктейли и «танцевать». Робо-дискотека происходит каждые 45 минут, аппараты знают десять танцев.

Rollercoaster
Вена, Австрия

- Название ресторана переводится как «Американские горки». Роботы-бармены смешивают напитки и отправляют их по крутым, закрученным в зигзаги и спирали маленьким рельсам – мини-американским горкам – прямо до столика клиента. Меню здесь – это планшет, в котором заказ делается также, как и в интернет-магазине. Планшет выдают на входе под залог какой-либо ценной вещи.



Cixi

Нинбо, Чжэцзян, Китай

В торговом центре Cixi города Нинбо в 2015 году открыли ресторан, где клиентов обслуживают пять роботов. Двое подают еду, остальные танцуют у входа, привлекая тем самым клиентов. Каждый робот стоит \$9,5 тыс., но хозяин заведения Лу Дайк уверяет, что роботы давно отбили вложенные в них деньги.

Автоматы умеют говорить, они произносят 40 разных фраз. Правильно функционировать и передвигаться по залу им помогают оптические сенсоры. Одного заряда аккумулятора хватает на четыре часа работы.

Cixi
Нинбо, Чжэцзян, Китай

- В торговом центре Cixi города Нинбо в 2015 году открыли ресторан, где клиентов обслуживают пять роботов. Двое подают еду, остальные танцуют у входа, привлекая тем самым клиентов. Автоматы умеют говорить, они произносят 40 разных фраз. Правильно функционировать и передвигаться по залу им помогают оптические сенсоры. Одного заряда аккумулятора хватает на четыре часа работы.



В ходе проведенной работы, мы сделали вывод, что роботы упрощают жизнь человеку. Так же роботы могут заменить людей на не желаемой профессии.

Список используемой литературы:

[1]. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. —2-е изд. испр.и доп. — Москва : Издательство Ю(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. -Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490903> (дата обращения: 21.11.2022)

РОБОТЫ ЗАМЕНЯЮТ ЛЮДЕЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ: ПЕРСПЕКТИВЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА, ПРОБЛЕМЫ ЭТИКИ И РИСКИ РОБОТИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

*Студентка: Коновалова Елизавета
Преподаватель-консультант:
Игнатьева Виктория Викторовна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

По данным аналитической компании Oxford Economics, к 2030 году до 20 млн. рабочих мест в мире могут быть заменены роботами. Уже сейчас роботы вполне успешно заменяют людей во многих сферах: фармацевтике, вождении, клининге, доставке.

Целью данной статьи будет являться освещение проблемы роботизации в туризме и гостеприимстве, а также реакции общественности. Предполагается, что осведомленность о данной теме повысит уровень общественной грамотности в сфере искусственного интеллекта, а также поможет прояснить развитие тенденций роботизации в условиях современного гостиничного рынка.

Автоматизация рабочих мест – это практика замены человеческого ресурса на электронный, такой как компьютеры, роботы, программы и т.д. Во многих сферах жизни на сегодняшний день роботы справляются со своей задачей не только наравне, но и показывают результаты, превосходящие человеческие. Роботам не нужна ни пища, ни сон, ни отдых – потому они могут работать круглый год без выходных. Работодателям проще менять запчасти раз в пару лет, чем отпускать хорошего сотрудника в декрет или долгожданный отпуск.

В 2015 году в Японии открылся первый отель, существенная часть персонала которого – роботы. В гостинице «Henn-na» в префектуре Нагасаки работают четыре робота-швейцара, три робота-администратора, две горничные-роботы и один робот-гардеробщик. Роботов разработала японская компания «Kogako», наделившая их милостивой азиатской внешностью, а потому молодые сотрудники выглядят как обычные жители Японии. Все роботы умеют моргать и устанавливать зрительный контакт, дышать, свободно говорят на английском, японском, китайском и корейском языках. Помимо роботизированного персонала, вся гостиница буквально «нашпигована» электроникой последних моделей. Несмотря на всю высокотехнологичность гостиницы, проживание там достаточно бюджетное: стоимость ночи от \$60 на одноместный номер.

Помимо роботов, работающих в отелях, мировая практика имеет и другие успешные примеры автоматизации рабочих мест в сфере сервиса и гостеприимстве.

В бангкокском «Najime Robot Restaurant» искусственный интеллект обслуживает людей. Облаченный в национальный костюм робот человеческого роста отделён от посетителей прозрачной перегородкой. В то время, как клиенты делают заказы через специальные планшеты, робот движется по залу, подмигивая окружающим и даже напевает песни.

В 2015 году в токийском универмаге «Mitsukoshi» появилась робот-консультант. Внешне довольно привлекательная, Аико Чихиро, разработанная компанией «Totshiba», успешно обслуживает покупателей. Обратившись к ней, покупатели могут узнать о распродажах, скидках и наличии товаров в магазине.

В Дунгуане, китайской провинции Гуандун, в 2015 году компания «Changying Precision Technology», открыла первый роботизированный завод. С приходом машин, количество сотрудников сократилось с 650 до 60 человек. Весь рабочий персонал – роботы: инженеры, менеджеры, контролеры. Производительность завода выросла на 162,5 %, а количество брака снизилось в 5 раз. В будущем компания планирует дальнейшее сокращение числа сотрудников в штате.

Одна из крупнейших американских юридических компаний «BakerHostletler» с 2016 года имеет в штате робота Росса Уотсона (на базе системы Watson от IBM), который занимается оформлением и досудебной процедурой банкротства. Буквально за несколько минут Росс может изучить дело, найти в своде законов соответствующие статьи и выдать заключение. Именно хладнокровность отличает робота от адвокатов-людей: он не имеет жалости или сочувствия, а потому все его приговоры, прежде всего, беспристрастны и рациональны. Последний пример наглядно демонстрирует практику роботизации и оптимизации служебных операций в частности и бизнеса в целом.

Роботы не подвержены так называемым человеческим факторам: они не могут заболеть в середине рабочей недели, не опаздывают по причине того, что проспали, не перепутают заказы из-за того, что устали или расстроены. К тому же, роботизированный труд снижает затраты на материалы и сырье за счет сведения к минимуму процент брака на производстве, ведь программы и искусственный интеллект на производственной линии практически отточен до идеала. Важным также является тот факт, что роботы могут выполнять свою работу намного быстрее человека, тем самым повышая производительность труда на производстве, минимизируя затраты на коммунальное обслуживание цехов и офисов, так как у роботов практически нет необходимости задерживаться на рабочем месте сверхурочно.

И всё же, далеко не каждая компания готова отказаться от человеческого труда, оставив за конвейерами лишь роботов. Для изучения мнения по вопросу перспектив роботизации и применения искусственного интеллекта в сфере обслуживания в рамках исследования был проведен опрос. Результаты анкетирования показали, что кроме явных преимуществ ситуация довольно неоднозначно принимается, существуют ряд проблемных моментов и риски на пути замещения труда рабочих цифровыми программами и машинами.

Как видно из рис. 1, более трети опрошенных относятся к данной проблеме определенным образом: каждый пятый считает неизбежным процесс роботизации сферы обслуживания и испытывает беспокойство от такой тенденции, и примерно столько же респондентов уверены, что в сфере сервиса всегда будут рабочие места для квалифицированных и креативных сотрудников, которые будут управлять роботами и взаимодействовать с искусственным интеллектом.

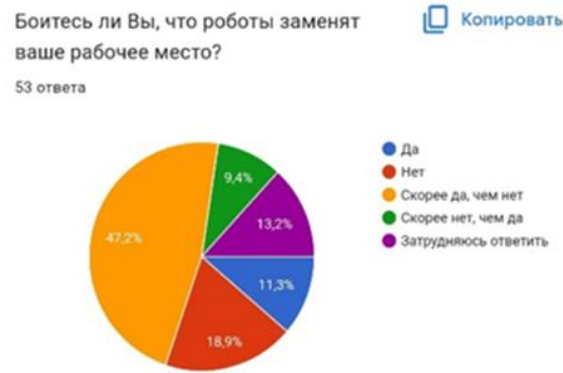
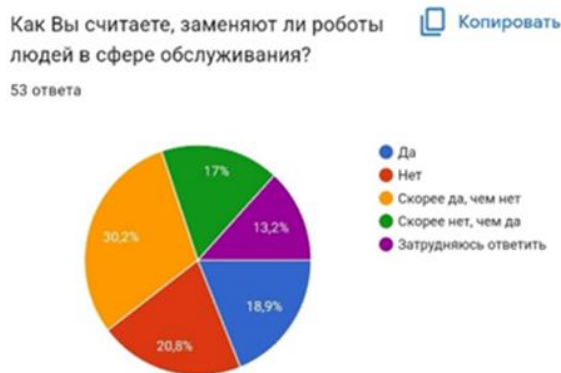


Рис. 1 Результаты изучения отношения респондентов к проблеме исследования

Довольно интересным является обзор преимуществ искусственного интеллекта и роботов по сравнению с сотрудниками сферы гостеприимства. Как можно заметить (рис. 2), около 40 % респондентов склонны к тому, что программы и машины способны выполнять производственные задачи лучше человека и при этом почти 35 % полагают, что это не приведет к увеличению затрат на их внедрение и обслуживание по сравнению со стандартной организацией процесса обслуживания.

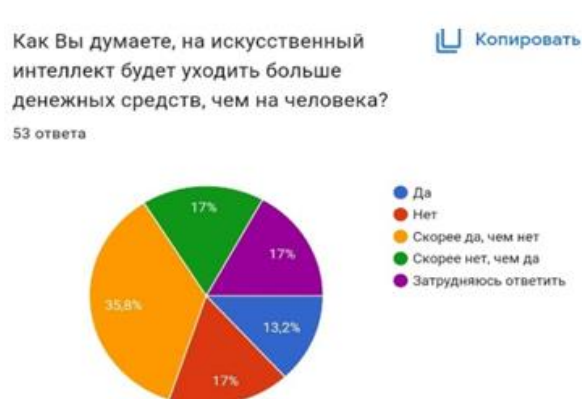
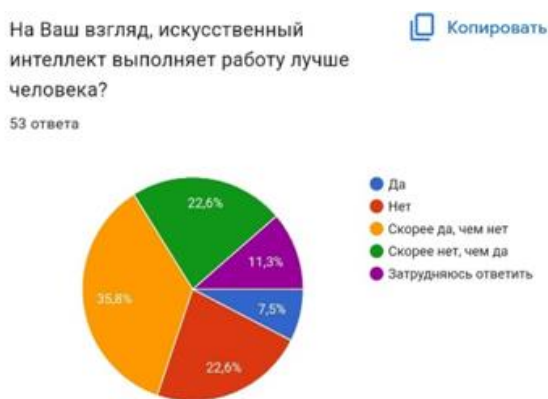
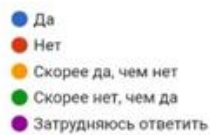
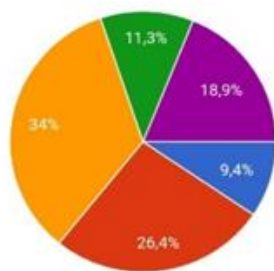


Рис. 2 Размышления об основных плюсах автоматизации и цифровизации обслуживания

Отдельного рассмотрения в рамках исследования заслуживает вопрос этических и нравственно-духовных норм и правил. В настоящее время более 35 % потребителей услуг гостеприимства отметили, что чувствовали бы себя не комфортно и не совсем комфортно, при том, что около 20% затруднились с ответом. Как видно на рисунке ниже, основной проблемой распространения искусственного интеллекта в сфере сервиса и туризма респонденты считают невозможность эмоционального общения с роботами, отсутствие адекватного взаимодействия с клиентом в ходе вопросно-ответной коммуникации.

Вам было бы комфортно, если бы Вас обслуживал робот?

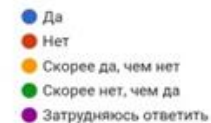
53 ответа



Копировать

На Ваш взгляд, сможет ли робот ответить на интересующий Вас вопрос?

53 ответа



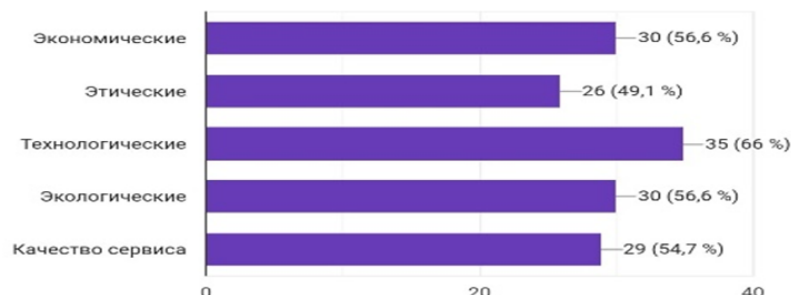
Копировать

Рис. 3 Барьеры во взаимодействии с роботами и программами

Неожиданным в ходе исследования стало совпадение мнений респондентов – молодежная аудитория (53 человека) с позициями экспертов-специалистов [1], работающих с основными рисками роботизации на современном этапе. Как видно на рисунке 4, выделяются следующие проблемы роботизации сферы гостеприимства: технологические, этические, экологические, экономические и обеспечения качества обслуживания. Как показал опрос, все категории практически равновесны (50-60% голосов по каждой из пяти групп).

Какие основные проблемы стоят на пути роботизации в сфере гостеприимства?

53 ответа



Копировать

Рис. 4 Проблемное поле процесса роботизации на современном рынке гостеприимства

Роботизация с каждым днём становится всё более и более востребованной, поскольку помогает решить множество сложных, трудоёмких, а порой запредельных для человека задач. Она стремительно входит в нашу жизнь, вытесняя всё больше и больше людей с их рабочих мест, в то же время давая возможность развиваться и проявлять себя в более высокоинтеллектуальных, креативных и творческих сферах деятельности.

Но помимо удобств она несёт за собой и огромные риски, так как на законодательном уровне не до конца определены нормы и правила для процессов проектирования, создания и использования роботов и искусственного интеллекта. Мало изучена пока и этическая сторона явления роботизации. [2]

На рисунке 5 представлены некоторые риски данного явления по мнению принявших участие в исследовании: возможная безработица и снижение качества обслуживания вызывают беспокойство более половины респондентов.


Какие риски роботизации Вы считаете наиболее значимыми для сегодняшнего рынка труда?  Копировать



Рис. 5 Обзор рисков роботизации

Внедрение роботов и искусственного интеллекта, начавшееся пять-семь лет назад в отдельных странах, сейчас уже идёт полным ходом практически повсеместно – как в производственной сфере, так и сервисной деятельности, и возможные негативные последствия для людей и общества, придется учитывать и работать над их минимизацией.

Список используемой литературы:

- [1]. Рущин Д. А. Проблемы и перспективы развития искусственного интеллекта в России // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (9–12 ноября 2020 г.) / отв. ред. В. В. Васильева.— СПбГУ. 2020. — 264 с. С. 254 - 256.
- [2]. Разин А.В. Этика искусственного интеллекта, Философия и Общество – № 1. 2019.– С. 57.
- [3]. Автоматизация рабочих мест: как роботы заменяют людей. - <https://mentamore.com/robototexnika/avtomatizatsiya-rabochih-mest.html>

ЭВОЛЮЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

Студентка: Белая Анастасия

Преподаватель-консультант:

Булакова Анна Сергеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Эволюция электронной торговли и новые инструменты для бизнеса является актуальной темой, так как сфера электронной торговли не стоит на месте, и было интересно узнать, какие новинки и инструменты появились в этой отрасли, а также проследить динамику и тенденции дальнейшего развития этого направления.

Цель: отразить актуальные тенденции электронной торговли.

Гипотеза: эволюция электронной торговли происходит ежедневно, чаще всего даже незаметно для нас.

Методы исследования: анализ литературы, посещение интернет магазинов и выявление новых инструментов для продаж.

Самым распространенным явлением электронной торговли и инструментом является зерокодинг.

Зерокодинг — один из подходов в разработке: это когда вы создаете цифровой продукт без знания кода. Все, что нужно, — выбрать подходящие элементы из готового списка, структурировать их и дописать текст.

Самые известные примеры зерокодинга — конструкторы сайтов. Вам необязательно разбираться в бэкенде¹ и фронтенде²: если хотите запустить сайт, открываете конструктор и выбираете блоки. Полчаса — и все готово.

Один из популярных среди российских зерокодеров инструментов — Bubble. С помощью него даже тот, кто в программировании ничего не понимает, создаст приложение, дизайн и функции которого будут не сильно хуже, чем, например, у Airbnb. Для компаний стоимость инструмента составляет \$69, для индивидуальных пользователей — от \$16.

Как итог, доступ к созданию своего сайта становится более открытым, что расширяет возможности любой сферы деятельности, в том числе и электронной торговли.

Следующим примером электронной торговли и инструментом выступает голосовая коммерция.

Голосовая коммерция

По прогнозам Loop Ventures, к 2025 году 75% семей в США будут владеть «умными» колонками. Все больше потребителей будут использовать голосовой поиск, чтобы делать покупки в интернете, заказывать еду и организовывать свою жизнь.

Голосовые помощники (Amazon Echo, Alexa, «Алиса», Google Home), благодаря своему обновляемому функционалу, становятся персональными ассистентами по покупкам: от нахождения продукта в онлайн-магазинах до его покупки при помощи

¹ Бэкенд — все, что работает на сервере, то есть «не в браузере» или «на компьютере, подсоединенном к сети (обычно к Интернету), который отвечает на сообщения от других компьютеров».

² Фронтенд — все, что браузер может читать, выводить на экран и / или запускать. То есть это HTML, CSS и JavaScript. HTML (HyperText Markup Language) говорит браузеру, каково содержание страницы, например, «заголовок», «параграф», «список», «элемент списка».

голосового управления. Они также напоминают пользователю о незавершенных покупках или предлагают подписки.

Например, что может делать голосовой Яндекс помощник Алиса: включать утреннее шоу, подключить радио, настраивать видео, подсказывать погоду, может поставить таймер и его отслеживать, выявить местоположение, поговорить с вами, вызвать такси, напомнить о важном, составить список дел, посчитать косинус или валютный коридор, выставить будильник и др.

И это далеко не весь список вещей, который может делать Алиса, что как раз говорит о большом потенциале предлагаемой сферы деятельности.

Следующий вид электронной торговли, который плотно засел в топовых позициях по найму сотрудников – это data science (наука о данных).

Персонализация и прогнозирование на основе Big Data

Онлайн-сервисы, мобильные приложения и устройства интернета вещей продолжают активно собирать информацию о пользователях.

По мнению экспертов из Kensium Solutions, Big Data будет использована для создания сверхперсонализированного опыта, причем не только для лояльных клиентов, но и для новых пользователей за счет прогностических систем.

Современные инструменты для персонализации контента и предложений способны не только предлагать похожие товары — этим уже никого не удивишь, но и предсказывать желания клиента, сравнивать его с похожими пользователями и персонифицировать под него целые страницы сайта или экраны мобильного приложения.

Движок сортировки от Dynamic Yield, разработанный на основе глубокого обучения, автоматически сортирует товары на продуктовых страницах. Движок работает, например, на сайте интернет-магазина KUPIVIP. Для каждого пользователя будет сформирован свой уникальный листинг в каждый момент времени. При создании листинга используется информация, собранная о пользователе и других похожих на него клиентов, также алгоритм учитывает остатки товаров, маржинальность, текущие промо-акции.

Таким образом, мы получаем огромное подспорье для магазинов, ведь теперь они буквально угадывают желания своих покупателей, в то время, как покупатель может столкнуться с мыслью, что про него все уже знают.

Следующий пример электронной торговли – это VR технологии (технологии виртуальной реальности).

Дополненная и смешанная реальность для демонстрации

Свыше 100 млн пользователей уже используют AR (дополненная реальность) при покупке в интернете. Еще 35% готовы перейти в e-commerce (электронную коммерцию), если смогут заранее увидеть или «примерить» товар. Создание реальных и сверхточных 3D-моделей позволит пользователю с помощью смартфона выбрать, рассмотреть и приобрести товар.

В 2020 году примерно 100 млн потребителей уже совершили покупки с использованием дополненной реальности. Также дополнительная реальность привлекает внимание, так как есть ощущения присутствия.

Следующий прием электронной коммерции - shoppable-видео (покупательное видео).

Shoppable-видео

С 2021 году, чтобы купить товар или услугу, которую показывают в видео (в том числе в TikTok или Instagram – деятельность компании META Platforms INC на территории России запрещена), достаточно пары кликов и всего одной минуты.

Компании из e-commerce активно внедряют алгоритмы, способные не только превосходить покупательский интерес пользователя во время просмотра видео, но и осуществлять быстрые покупки. Аудитория для такой технологии — свыше 1 млрд человек.

В заключении, можно сделать вывод, что электронная торговля не стоит на месте, она ежедневно эволюционирует, становится проще как для покупателя, так и для продавца. А также все больше вызывает интереса и порождает потребительский спрос. Рынок e-commerce продолжит расти. По данным Nasdaq, к 2040 году до 95% всех покупок будут совершать в интернете.

Среди глобальных трендов в развитии электронной торговли стоит выделить:

- осознанное потребление (экологичные перерабатываемые товары в противовес одноразовым),
- бесшовный (омниканальный) шопинг,
- внедрение дополненной и виртуальной реальности,
- «невидимые» платежи и оплата по лицу.

Электронная торговля берет курс на персонализацию: за счет «умного» поиска и подбора товаров, персональных рекомендаций, онлайн-стилистов и прочих инструментов. Искусственный интеллект сможет анализировать все ваши покупки и предпочтения, составляя личные рекомендации с учетом ваших особенностей. Продуктовые сети уже реализуют подбор товаров на основе генетического теста и базовых медицинских показателей.

Список используемой литературы:

- [1]. Зуйкова А., Что такое e-commerce и как устроена онлайн-торговля. - <https://trends.rbc.ru/trends/industry/607fe4549a7947027eaffbe6>
- [2]. Тыщенко А., 10 технологий, которые изменят e-commerce торговля. - <https://trends.rbc.ru/trends/industry/60ae425c9a7947e3e7969558>
- [3]. Карпов М., Как собрать продукт за полчаса, не прибегая к программированию? - <https://habr.com/ru/company/productstar/blog/517650/>
- [4]. Алиса- голосовой помощник от компании Яндекс. - <https://yandex.ru/alice>

ПРАВОВОЙ СТАТУС ЭЛЕКТРОННОГО ЧЕКА

*Студент: Зорин Александр Романович,
обучающийся на юридическом факультете
по направлению подготовки «Юриспруденция»
Северо-Западного филиала
ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия»*

*Научный руководитель: Сорокина Елена Владимировна,
старший преподаватель кафедры государственно-правовых дисциплин
Северо-Западного филиала
ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия»
заведующий НИО ЧОУ ВО СПИГ,
к.пед.н.. доцент*

Аннотация. В статье предложен к рассмотрению вопрос о правовом статусе электронного чека. Автором было проанализировано законодательство Российской Федерации в этой области, рассмотрена история и судебная практика по данному вопросу, были найдены характерные отличия между бумажным и электронным чеками, а также рассмотрены преимущества этого нововведения, после чего последовали выводы касательно значимости и необходимости изучения темы электронных чеков в наше время.

Ключевые слова: фискальные данные, оператор фискальных данных, контрольно-кассовая техника, «онлайн-касса», аппаратный компонент, кассовый чек, электронный чек.

Вступление

В связи с ежегодным реформированием законодательства Российской Федерации, многие сферы жизнедеятельности претерпевают различного рода изменения. К наиболее значительным можно отнести те, которые происходят и тесно связаны с экономикой, поскольку по мнению большинства авторитетных философов и экономистов, например, Карла Маркса³ именно она лежит в основе формирования любого государства.

Из последних таких нововведений, можно вспомнить полномасштабную реформу Федеральной налоговой службы России. Данный процесс повлек за собой поправки в отношении Федерального закона "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации" от 22.05.2003 N 54-ФЗ⁴. Самыми значимыми можно назвать следующие: появление контрольно-кассовой техники нового образца, передача данных о проведенной операции на кассе оператору фискальных данных (ОФД) и налоговой (ФНС) и появление у граждан права на получение электронного чека.

Для более полного понимания темы нашей статьи, автором предлагается рассмотреть основные понятия, относящиеся к правовому статусу электронного чека.

³ К. Маркс. Капитал. Критика политической экономии. Том I. Книга I: процесс производства капитала. Государственное издательство политической литературы, 1952.

⁴ Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации" от 22.05.2003 N 54-ФЗ// СПС «Консультант Плюс»

Основная часть

Начать стоит с понятия фискальных данных - сведений о расчетах, в том числе сведений об организации или индивидуальном предпринимателе, осуществляющих расчеты, о контрольно-кассовой технике, применяемой при осуществлении расчетов, и иные сведения, сформированные контрольно-кассовой техникой или оператором фискальных данных.

Понятием, вытекающим из вышеупомянутого, является оператор фискальных данных (ОФД) - организация, созданная в соответствии с законодательством Российской Федерации, находящаяся на территории Российской Федерации, получившая в соответствии с законодательством Российской Федерации о применении контрольно-кассовой техники разрешение на обработку фискальных данных.

Контрольно-кассовая техника (ККТ) - электронные вычислительные машины, иные компьютерные устройства и их комплексы, обеспечивающие запись и хранение фискальных данных в фискальных накопителях.

В связи с рассмотренным ранее обновлением законодательства в сфере контрольно-кассовой техники появилось понятие онлайн-кассы, то есть кассового аппарата, который должен обеспечивать передачу фискальных данных в ФНС через интернет при посредничестве специального оператора фискальных данных (ОФД).

Онлайн-касса является единственно разрешенной к использованию. В онлайн-кассе присутствует аппаратный компонент - фискальный накопитель. Он с помощью криптографических алгоритмов надёжно шифрует фискальные данные, чтобы они не были перехвачены третьими лицами. Прошлые кассовые аппараты перестали быть законными инструментами фискализации.

Примечательным является факт того, что сам термин «онлайн-касса» - неофициальный. Он не употребляется в общеобязательных нормативных актах - федеральных законах, постановлениях Правительства и так далее. Однако поскольку её применение «онлайн» очевидным образом подразумевается - вскоре ККТ приобрела рассматриваемое неофициальное название, которое начало активно использоваться в массах, особенно среди СМИ и чиновников.

По сути, говоря о цели и важности реформы, стоит сказать, что она гарантирует большую прозрачность проводимых торговых операций.

Переходя непосредственно к вопросу, связанному с электронными чеками раскроем понятия кассового и электронного чеков. Обращаясь к законодательству, мы видим, что кассовым чеком называют первичный учётный документ, сформированный в электронной форме и (или) отпечатанный с применением контрольно-кассовой техники в момент расчета между пользователем и покупателем (клиентом), содержащий сведения о расчете, подтверждающий факт его осуществления и соответствующий требованиям законодательства Российской Федерации о применении контрольно-кассовой техники.

Касательно понятия электронного чека, важно обратить внимание на то, что законодатель не даёт как такового определения. Таким образом, автором было принято решение, используя дополнительные источники информации самому дать лексическое значение электронному чеку. Итак, под электронным чеком корректно рассматривать кассовый чек, сформированный в электронной форме, который может быть отправлен клиенту в виде СМС-сообщения, сообщения с помощью сервисов обмена сообщениями (мессенджеров) или на адрес электронной почты.

Рассматривая правовой статус электронного чека, скажем, что согласно п. 2 ст.1.2 закона № 54-ФЗ, кассовый чек должен быть направлен в электронной форме, если

покупатель сообщил свой абонентский номер или адрес электронной почты до момента расчета. Такой чек равнозначен бумажному, который печатается на кассовом аппарате. Кроме того, ФНС еще в 2020 году пояснила, что чеки могут направляться и с помощью сервисов обмена сообщениями (мессенджеров), которые привязаны к номеру телефона.

Несмотря на то, что правовой статус бумажного и электронного чеков идентичен, между ними существует ряд характерных отличий, о которых трудно не упомянуть.

Начать стоит с основания для выдачи/отправки. В выше затронутым федеральном законе говорится об обязанности кассира печатать бумажный чек клиенту вне зависимости, нужен он клиенту или нет. Электронный пригодится, если покупатель согласен получить его вместо бумажного.

Вторым аспектом, который стоит отметить, является необходимость запрашивать контактные данные. Чтобы распечатать и отдать чек на кассе лично, они не нужны. Для отправки электронного документа клиент до момента расчетов сообщает номер телефона или email адрес, на который готов получить чек.

Заключительным отличием выделим - срок выдачи/отправки. Если бумажный чек нужно выдать сразу после проведения оплаты, электронный, в соответствии с Федеральным законом "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.07.2018 N 192-ФЗ отправляем не позднее следующего после оплаты рабочего дня; момента, когда покупатель получает посылку от курьера или почтового оператора в случае с интернет-продажами⁵.

В аспектах данной темы нельзя не затронуть и преимущества, которыми обладает электронный чек перед бумажным.

Во-первых, электронный чек всегда будет находится под рукой. Уже давно ни для кого не секрет, что смартфоны стали повседневной частью нашей обыденной жизни, поэтому это не составит трудностей гражданам воспользоваться им и посмотреть интересующую их информацию в электронном формате.

Во-вторых, электронные чеки не портятся со временем. Очень часто потребители сталкиваются с ситуацией, когда магазин говорит о возможности отремонтировать тот или иной товар по гарантии, которая может иметь срок 2 или 3 лет, важно, просто сохранить чек, однако средняя «продолжительность жизни» бумажного чека составляет от 8 месяцев до 1,5 лет. В таких случаях наличие именно электронного чека будет являться наилучшим решением для всех граждан.

В-третьих, электронные чеки помогают сокращать материальные расходы, в том числе бумагу, а значит и сокращать вырубку деревьев, что в условиях современных реалиях является очень важным, поскольку экологическая ситуация в мире оставляет желать лучшего.

Из других превосходств можно выделить: возможность вести свою электронную бухгалтерию, возможность отправлять письмо сразу нескольким адресатам и возможность найти файл электронного документа на сервере Налоговой, где он хранится.

Несмотря на непродолжительную историю существования практики электронных чеков в нашей стране (около 6 лет на момент 2022 года) уже существует, так называемый, судебный прецедент, связанный с наказанием за противоправные действия со стороны кассира о невыдаче им электронного чека клиенту по его просьбе до совершения покупки (номер дела - А33-7017/2021)⁶. Разумеется, клиент смог отстоять свои права в суде, а

⁵ Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.07.2018 N 192-ФЗ// СПС «Консультант Плюс»

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=MRJaSHVXnD8>

предпринимателям на основании пункта 6 статьи 14.5 Кодекса об административных правонарушениях РФ пришлось заплатить штраф в размере 10 000 рублей⁷.

Заключение

Подводя итог всему вышесказанному, хотелось бы отметить, что несмотря на малую изученность темы, связанной с электронными чеками, она, действительно, является актуальной в наши дни и требует к себе большего внимания со стороны юристов, экономистов и других специалистов в различных сферах, поскольку процесс внедрения электронных чеков происходит постепенно во всем мире и коснется каждого.

Список используемой литературы:

- [1]. Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации" от 22.05.2003 N 54-ФЗ// СПС «Консультант Плюс»;
- [2]. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.07.2018 N 192-ФЗ// СПС «Консультант Плюс»;
- [3]. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.01.2002 № 1 (часть I), ст. 1;
- [4]. К. Маркс. Капитал. Критика политической экономии. Том I. Книга I: процесс производства капитала. Государственное издательство политической литературы, 1952;
- [5]. Видеохостинг Ютуб,- <https://www.youtube.com/watch?v=MRJaSHVXnD8>.

⁷ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.01.2002 № 1 (часть I), ст. 1

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ

*Студентка: Нефёдова Виктория
Преподаватель-консультант:
Недумова Татьяна Александровна.
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных условиях жизни, связанных с приходом эпидемиологической ситуации, сложившейся в нашей стране и во всем мире, люди были не готовы к тому, что придётся осваивать современные информационные технологии для организации работы удаленно: понадобилась оперативная реакция, чтобы вести переговоры в дистанционном формате.

В связи с распространением эпидемии COVID-19 был введен карантин. Рабочий процесс теперь должен быть построен с учетом новых реалий. И, как итог – большинство людей в различных организациях успешно справились с задачей, и деловое общение в дистанционном формате сегодня проникает во все сферы общественной жизни, тем более в сферу сервиса и услуг.

Целью данной работы является изучение особенностей делового общения в сфере сервиса и услуг на примере логистической фирмы СДЕК и выявление проблем общения в рамках цифровизации (с предложением варианта решения проблем)

Для достижения цели, поставленной в работе, были определены следующие **задачи**:

- 1) Провести анкетирование сотрудников компании СДЭК для выявления имеющихся навыков делового общения в дистанционном формате
- 2) Провести эксперимент, включающий серию мастер-классов «Этика делового общения в дистанционном формате»
- 3) Провести повторное анкетирование для рефлексии эксперимента

Гипотеза исследования заключается в вопросе - действительно ли этикет в рамках делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг прямым образом влияет на уровень продаж.

Методы исследования:

- 1) Анкетирование

Среди работников СДЕК было проведено анкетирование с целью выявления их осведомленности в сфере делового общения в дистанционном формате. Результаты анкетирования показали, что 66,7% участников не понимают специфики этичного делового общения и считают, что его не нужно придерживаться при общении в дистанционном формате; 100% участников не знают базовые правила цифрового этикета, а 83,3% считают, что не нужно придерживаться правил цифрового этикета; 83,3% считают, что соблюдение цифрового этикета не поможет повысить продажи.

Можно сделать вывод, что осведомленность работников в сфере делового общения в дистанционном формате минимальна.

- 2) Эксперимент

В соответствии с исследовательскими задачами работы было предусмотрено проведение эксперимента. Опытно-экспериментальная работа по выявлению влияния делового общения в дистанционном формате на уровень продаж в организации СДЕК

проводилась по адресу: г. Санкт-Петербург Дальневосточный проспект 12к2 ЖК Легенда, Санкт-Петербург, 193230. Выборка составила 6 человек, которых поделили на 2 группы.

Опытно-экспериментальная работа включала в себя несколько этапов:

Первый этап: Проведение анкетирования. На основе анкетирования было выявлено, что осведомленность работников СДЕК в сфере делового общения в дистанционном формате минимальна.

Второй этап: Проведение эксперимента. Работники были разделены на две группы – экспериментальную и контрольную. Экспериментальной группе в течение трёх дней была проведена серия мастер-классов по теме: «Этика делового общения в дистанционном формате», с целью повышения эффективности продажи услуг (в работе будет описано суть мастер-классов). В контрольной группе мастер-классы не проводились, то есть группа работала в обычном режиме.

Третий этап: Проведение тестирования и сравнительного анализа результатов двух групп. Сравнительный анализ результатов работников свидетельствует о том, что после прохождения экспериментальной группой мастер-класса их эффективность продажи услуг повысилась, по сравнению с контрольной группой. Сравнительный анализ результатов продаж показал, что экспериментальная группа привлекла в 4 раза больше новых клиентов, чем контрольная. Также было проведено повторное тестирование, которое показало значительный рост знаний экспериментальной группы по заданной теме. Это на практике доказывает то, что знание правил цифрового этикета напрямую влияет на уровень продаж.

Особенности делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг.

В наш прогрессивный век главенствующую позицию занимает коммуникативное взаимодействие. Большинство сложных вопросов и задач можно решить с помощью телефонных переговоров. Благодаря общению посредством данного средства связи люди способны заключить наиболее выгодное соглашение либо при «неверном раскладе» совсем лишиться важного клиента. Именно поэтому каждый грамотный работник обязан владеть основами телефонного этикета.

Правильно вести переговоры должен научиться любой из нас, поскольку у человека, ведущего беседу, нет возможности видеть оппонента и его действия. Склонить потенциального клиента в свою сторону таким образом, чтобы у него не появилось желание бросить трубку на первых минутах разговора, – это потребует немало усилий.

При эффективном использовании телефон становится важнейшим компонентом имиджа фирмы, а умение сотрудников фирмы вести телефонные переговоры определяет ее репутацию и размах ее деловых коммуникаций.

При совершении звонка в первую очередь стоит представиться и сообщить, с какой целью вы звоните. При этом необходимо выбрать доброжелательный тон. Телефонный разговор должен проходить без продолжительных пауз, говорить нужно сдержанно, избегая лишних эмоций. В то же время голос должен быть энергичным. Важную роль играет четкое и лаконичное выражение мыслей, отсутствие отвлечений от темы, так называемой речевой «воды».

Нельзя оказывать психологическое давление в процессе ведения переговоров, поскольку в данном случае вряд ли вам удастся завоевать таким образом расположение потенциального клиента. При задавании вопросов необходимо предоставлять клиенту время, чтобы он мог подумать и дать четкие лаконичные ответы. Старайтесь не задавать некорректных вопросов.

В том случае, когда телефонный звонок международный либо междугородний, необходимо следить, чтобы он продолжался не более шести минут. Все деловые предложения и требования обязательно должны быть подкреплены аргументами. На вопросы следует отвечать правдиво и кратко. План разговора лучше заранее законспектировать на бумаге.

По окончании беседы обязательно проговорите еще раз все договоренности, к которым вы пришли по ходу разговора. Поскольку звонок инициировали вы, окончание беседы тоже должно исходить от вас.

Проблемы делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг.

При удалённом общении сотрудников с клиентами сегодня, как правило, используются телефон, поэтому были найдены основные проблемы делового общения по телефону и предоставлены способы их решения.

№1. Начинать разговор без готового сценария или шаблона (телефонная беседа)

Очень часто менеджеры начинают разговор с клиентом по принципу: «ввяжемся в бой, а там – посмотрим». Конечно, проработав на телефоне некоторое время, вырабатывается некий шаблон, но, задумайтесь, бывало ли так, что вы запинаясь, теряли нить презентации, вас отвлекали коллеги или что-нибудь подобное?

Даже если мы сами не осознаем тех кратковременных пауз, которые делаем в разговоре, чтобы придумать или вспомнить следующий вопрос, их слышит клиент. И он их воспринимает как неуверенность с вашей стороны.

Что дает сценарий? Сценарий или алгоритм позволяет расслабиться, дает возможность не бояться что-то упустить. Даже если мы отвлеклись, сценарий позволит вернуть разговор в нужное русло. Опять же, имея четкий алгоритм, мы защищаем себя от манипуляции со стороны клиента. Важно, чтобы сценарий был вашим планом, а не сплошным текстом. Составьте общий список вопросов, которые надо задать при разговоре, а также бланк для записи всех необходимых данных по клиенту.

№2. Потерянные лиды (телефонная беседа)

Когда прием входящих звонков в компании отлажен не очень хорошо, потенциальный клиент сталкивается с тем, что ему просто никто не отвечает по телефону.

После прослушивания гудков продолжительностью в несколько минут клиент пожимает плечами и — набирает номер конкурента. А если на входящий звонок и отвечают, то это может оказаться сотрудник, не обладающий достаточной квалификацией или информацией. Тогда клиенту приходится в лучшем случае запоминать или «на бегу» записывать номер, который ему назвали, чтобы позвонить нужному человеку. Или перезванивать позднее, хотя решение нужно прямо сейчас, и это тоже повод поискать номер аналогичной организации. Так теряется до 30% входящих звонков.

Виртуальная автоматическая телефонная станция сама перераспределит входящие звонки на свободных менеджеров или позволит вручную перенаправить звонок (возможного) клиента на нужного сотрудника. А если кого-то все-таки пропустили, то менеджеры получают об этом уведомления и смогут перезвонить.

№3. Разрозненность информации о клиенте (телефонная беседа)

К сожалению, так часто бывает в организациях, даже не очень большого размера: «правая рука» не знает, что для клиента сделала «левая». В итоге — ненужные повторные звонки или, наоборот, «игнорирование» информации от клиента, неловкие ситуации. В конце концов клиент разочаровывается в компании, и она теряет его доверие.

Выход из этой ситуации в создании связки CRM с виртуальной АТС. Любой сотрудник из любого отдела, когда общается с клиентом по служебному телефону, видит перед собой одну и ту же карточку клиента. И вносит туда необходимые пометки и напоминания: «Не звонить, пока мы ему не актуальны», «Перезвонить перед Новым Годом, возможен заказ».

№4. Не договариваться о следующем контакте (телефонная беседа)

В пылу телефонных баталий мы часто забываем о необходимости назначить следующий контакт. В итоге клиент, вешая трубку, начисто о нас забывает.

Совсем другое дело, если вы специально оговариваете с клиентом, когда и при каких обстоятельствах вы перезвоните ему. Обязательно получите согласие клиента на повторный звонок, заставьте его думать о вас и вашем предложении.

Задача каждого звонка, каждого контакта – это переход на следующий этап продажи. Если вы не договорились конкретно, значит, вы застряли на предыдущем этапе.

Причем очень эффективно действовать будет не только устное подтверждение, но и последующее follow-up письмо. Краткое резюме разговора и подтверждение договоренностей производит впечатление не только проявления вежливости и внимательности, но и позволяет дополнительно привлечь внимание клиента именно к вам и вашему предложению.

Как правильно назначать следующий контакт или встречу? Безусловно, спрашивать у клиента, когда ему удобно перезвонить или встретится – будет ошибкой. Сразу предлагайте конкретное время.

Многие компании, помимо использования общения по телефону, пользуются онлайн-чатами на сайте, мессенджерами и социальными сетями для общения с клиентами. Поэтому так же были выявлены **проблемы делового общения** в интернете и способы их решения.

№1. Долгий ответ (общение в мессенджерах)

Помните, что скорость ответа напрямую влияет на конверсию: чем быстрее вы отреагируете на вопрос клиента, тем выше шанс успешной сделки. Стремитесь к тому, чтобы менеджеры вступали в диалог в течение десяти минут с момента поступления вопроса.

№2. Некорректное обращение (общение в мессенджерах)

После знакомства с клиентом не забывайте время от времени обращаться к нему по имени. Если собеседник представился по имени и отчеству, следует использовать именно эту форму обращения. И, конечно же, все имена пишутся с большой буквы.

№3. Надоедать (общение в мессенджерах)

Не превращайте переписку в поток спама. Напоминайте о себе «зависшему» лиду не ранее, чем через 2 часа с момента просмотра клиентом вашего сообщения.

№4. Не уточнять, удобны ли голосовые сообщения (общение в мессенджерах)

Этика делового общения не допускает отправку голосовых сообщений без согласия собеседника. Но если клиент сам выбрал такой вид общения, поддержите его в этом.

№5. Не проверять текст перед отправкой (общение в мессенджерах)

Авто замена в телефоне может сыграть злую шутку с отправителем, поэтому лучше потратить немного времени на вычитку.

Заключение

Итак, рассмотрев тему «Особенности и проблемы делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг», можно сделать вывод, что присутствие этики делового общения в дистанционном формате, не просто существующая формальность в современном мире, а необходимая мера, без которой деловое общение приобретает абсолютно беспорядочный характер.

При написании работы были выявлены особенности делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг, которые стабилизирует рабочий процесс и приводят к эффективной коммуникации. А также были выявлены и рассмотрены основные сложности, с которыми сталкиваются работники при общении в дистанционном формате с клиентами и предложены некоторые пути их решения с целью повышения результатов работы предприятия. Таким образом можно сказать то, что наша цель «изучение особенностей делового общения в сфере сервиса и услуг на примере логистической фирмы СДЕК и выявление проблем общения в рамках цифровизации (с предложением варианта решения проблем)» – была достигнута

В ходе проводимого исследования, с помощью эксперимента была доказана гипотеза. Эксперимент показал, что с применением информации, описанной в данной статье, знания работников об этике делового общения стали выше, а количество новых клиентов возросло в 4 раза.

Как итог, цель достигнута, а все задачи решены в полном объёме, гипотеза доказана.

Список используемой литературы:

- [1] 5 проблем в общении с клиентами и их решения. – <https://primatel.ru/5-problem-v-obshhenii-s-klientami-i-ih-resheniya/> (режим доступа 12.11.2022)
- [2] 19 ошибок общения с клиентами в переписке. – <https://salon1c.ru/blog/17-oshibok-obshheniya-s-klientami-v-perepiske/>
- [3] Шевченко С., Деловое общение по телефону. – <https://bowandtie.ru/delovoe-obshhenie-po-telefonu/> (режим доступа 10.11.2022)
- [4] Фёдоров А.Д., 15 Основных ошибок продаж по телефону. – <https://honeymarketing.ru.turbopages.org/honeymarketing.ru/s/blog/poleznoe-i-interesnoe/15-osnovnykh-oshibok-prodazh-po-telefonu/> (режим доступа 17.11. 2022)



ООО "Сдэк Дальневосточный"
(ИНН 781146062816)
ИНН 7811751547
ОГРН 1207800127160

Директору Колледжа туризма
Антоновой Светлане Александровне
от генерального директора
ООО «Сдэк Дальневосточный»
Тюлина Дмитрия Сергеевича

ОТЗЫВ

Нефедова Виктория Александровна, под руководством преподавателя Недумовой Татьяны Александровны создавала и реализовывала проект на базе логистической организации ООО «Сдэк Дальневосточный».

В рамках проекта, Виктория Александровна провела опрос среди сотрудников, которые работают непосредственно с клиентами (специфика клиентов - B2C и B2B). Цель опроса – выявление навыков этикетной формы делового общения в дистанционном формате.

Далее, сотрудники были разделены на две группы. Одна группа работала с клиентами, полагаясь на собственные знания и навыки, а для другой провела серию мастер-классов на тему делового общения в дистанционном формате (в сети Интернет и обслуживания по телефону).

Считаю важным отметить, что после серии мастер-классов фокус группа №2 показывала более высокие продажи, чем группа №1.

По окончании эксперимента, опрос был проведен повторно. Вторая группа также показала результаты выше, чем группа №1.

Особенно хочется отметить профессионализм, высокий уровень знаний и трудолюбие Виктории Александровны. Эксперимент считаю полезным, необходимо массовое внедрение в бизнес подобных проектов.



Генеральный директор ООО «Сдэк Дальневосточный»

ЭВОЛЮЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

Студент: Сатторов Рустам

Преподаватель-консультант:

Лихорад Сергей Иванович

Колледж туризма Санкт-Петербурга

В настоящее время электронная торговля является одним из самых динамично развивающихся сегментов торговой сферы и национальной экономики в целом любой страны, характеризующих влияние цифровых изменений современной жизни.

Стремительное развитие внутренней электронной торговли вызвало формирование: «100 тыс. новых рабочих мест; 80 млрд рублей «дополнительных поступлений в российский бюджет в виде налоговых отчислений (без учета НДС)» и около 2 млрд рублей в виде таможенных платежей». Одновременно трансграничные компании начали активную локализацию бизнеса в России, продемонстрировав готовность инвестирования в развитие трансграничной электронной торговли.

Развитие электронной торговли формирует целый спектр возможностей и угроз для всех её участников. К участникам процесса электронной торговли относятся: государство; хозяйствующие субъекты (торговые предприятия, поставщики, сервис-провайдеры, владельцы агрегаторов) и потребители.

Целью исследования является анализ перспектив развития электронной торговли и сопряженных с ним возможностей. **Гипотеза** – электронная коммерция развивается очень быстро.

Для достижения цели была принята методология институционального подхода, которая предполагает учет в теоретическом анализе эволюции торговли широкого спектра неэкономических факторов: социальных, научно-технических, технологических и прочих. Информационной базой исследования послужили данные Ассоциации компаний Интернет-торговли, Национальной ассоциации дистанционной торговли, труды отечественных и зарубежных ученых.

2020 год стал самым удачным для электронной коммерции за всю ее историю. Пандемия дала толчок ускоренному развитию e-Commerce (электронная коммерция) сразу по нескольким направлениям.

Одним из новых инструментов для бизнеса в e-Commerce является зерокодинг. Это Конструкторы и ПО с открытым кодом позволяют любому желающему войти в e-commerce и собрать готовое решение (онлайн-магазин, мобильное приложение) за короткие сроки, без знания программирования и необходимости в полноценной ИТ-команде. Что позволяет малому бизнесу без больших вложений расширяться и продавать свои товары в онлайн.

Так же в последние годы растет популярность голосовых ассистентов. Все больше потребителей будут использовать голосовой поиск, чтобы делать покупки в интернете, заказывать еду и организовывать свою жизнь. Голосовые помощники (Amazon Echo, Alexa, «Алиса», Google Home), благодаря своему обновляемому функционалу, становятся персональными ассистентами по покупкам: от нахождения продукта в онлайн-магазинах до его покупки при помощи голосового управления. Они также напоминают пользователю о незавершенных покупках или предлагают подписки.

Amazon Web Services — облачные хранилища и сервисы. Компания регулярно запускает различные продукты и сервисы под своим брендом: электронные читалки Kindle, элементы «умного» дома, голосовой помощник Alexa, онлайн-кинотеатр Amazon Prime. У Amazon есть и офлайн-магазины Amazon Go. Они работают при помощи нейросетей с распознаванием лиц и компьютерным зрением: здесь нет касс и продавцов, а покупки оплачиваются автоматически через приложение.

Все мы хотим чтобы товары приходили как можно быстрее, поэтому цель онлайн-ритейлеров свести время ожидания клиента до минимума. В Китае JD.com уже доставляет 90% своих посылок в течение одного дня. С точки зрения технологий - это разработка алгоритмов машинного обучения, позволяющих оптимизировать маршрут каждого товара, компьютерное зрение и робототехника для работы на складе, а также блокчейн как способ записи пути товара (от поставщика до клиента).

При покупке товара каждый из нас хочет пощупать или примерить этот товар. Создание реальных и сверхточных 3D-моделей позволит пользователю с помощью смартфона выбрать, рассмотреть и приобрести товар.

Следующий пример, «Яндекс.Маркет» пришел на рынок 20 лет назад. До 2018 года развивался как агрегатор для интернет-магазинов, с 2018 года параллельно строил маркетплейс «Беру», который в 2020 году стал частью «Яндекс.Маркета». Сегодня это — маркетплейс, где магазины могут продавать свои товары, а пользователи — совершать покупки, выбирая из ассортимента в 4 млн товарных наименования.

Продавцам «Яндекс.Маркет» предлагает четыре модели сотрудничества с маркетплейсом:

- отгрузка и доставка товаров силами магазина, маркетплейс как витрина;
- отгрузка и доставка товаров со склада маркетплейса;
- отгрузка товаров со склада продавца, доставка силами маркетплейса;
- отгрузка части товаров со склада продавца, части — со склада маркетплейса.

Маркетплейс «Маркета» также предлагает другие сервисы для продавцов и покупателей: поиск по десяткам фильтров, сравнение цен на один и тот же товар, отзывы покупателей, рейтинги магазинов и платное продвижение.

На конец 2020 года на «Яндекс.Маркете» продавали свои товары более 8 тыс. продавцов, по рекламной модели размещалось 25 тыс. магазинов-партнеров, ежедневная аудитория достигла 6 млн уникальных посетителей.

И самый перспективный инструмент, на мой взгляд, для e-commerce является криптовалюта. Основными ее преимуществами является отсутствие посредников, ведь компания не зависит ни от каких банков или любых третьих лиц для получения денежного перевода, и мгновенные платежи, которые сокращают время проведения транзакции, это же касается трансграничных платежей, что существенно сокращает время для переводов в международной торговле.

В наше непростое время использование криптовалют становится все более и более актуальным, хотя причина заключается не только в мировых событиях — уже многие успели оценить удобство криптовалюты еще до всех внезапных изменений в сфере приема электронных платежей.

Постоянное развитие e-commerce привело к тому, что способ оплаты криптовалютой был внедрен гораздо раньше и уже доказал свою безопасность как для предпринимателей, так и для их клиентов. Тема использования криптовалют становится все более и более популярной и недаром — чем больше возможностей оплаты для

клиентов предоставляет предприниматель, тем выгоднее для него. Ведь можно привлечь новую целевую аудиторию, которая по разным причинам предпочитает расчет только цифровой валютой, а также увеличить конверсию в оплату.

Сейчас для покупателей и предпринимателей из РФ практически невозможно осуществлять и принимать международные платежи, поэтому многие рассматривают криптовалюту в качестве альтернативного способа оплаты и приема денежных средств.

Это может стать настоящим спасением для бизнеса, основой которого является продажа за рубеж. Для СНГ-бизнеса криптопроцессинг является отличной возможностью предложить покупателям дополнительный удобный способ оплаты. Неудивительно, что многие интернет-магазины хотят начать принимать криптовалюту как можно скорее, ведь в ней они видят обеспечение своего выживания и роста в будущем.

Криптопроцессинг – процесс оплаты товаров и услуг онлайн с помощью криптовалюты. Он обладает большим количеством преимуществ перед другими способами приема платежей:

1. Прием международных платежей — внедрить возможность приема криптовалютных платежей со всего мира гораздо проще, чем подключить процессинг банковских карт.
2. Практически нет платежных рисков — платежные системы не блокируют ваши средства за открытие споров по проведенным транзакциям и подозрение в мошенничестве.
3. Никакой регистрации ИП или юр. лица — вы можете принимать криптовалютные платежи как физическое лицо в независимости от вашего гражданства.

Итак, подводя итог будущих трендов в e-commerce:

- элементы e-commerce активно внедряются в соцсетях: сегодня можно покупать или переходить на страницу товара прямо из TikTok, Twitter, Pinterest и YouTube;
- под давлением рынка цифровизацию постепенно воспринимают даже в консервативных сферах потребрынка, завязанных на офлайн-продажи — например, застройщики и автодилеры;
- мировой рынок b2b e-commerce, который уже превышает обороты b2c, будет расти опережающими темпами, в среднем 17,5% ежегодно до 2027 года;
- мобильные приложения вытеснят все прочие каналы онлайн-продаж — на помощь потребителям придут «умные» голосовые помощники, AR-приложения для примерок, а также оплата при помощи криптовалюты.

Список используемой литературы:

- [1]. Зуйкова А., Что такое e-commerce и как устроена онлайн-торговля. - <https://trends.rbc.ru/trends/industry/607fe4549a7947027eaffbe6>
- [2]. Тыщенко А., 10 технологий, которые изменят e-commerce торговля. - <https://trends.rbc.ru/trends/industry/60ae425c9a7947e3e7969558>
- [3]. Карпов М., Как собрать продукт за полчаса, не прибегая к программированию? - <https://habr.com/ru/company/productstar/blog/517650/>
- [4]. Коломак Т., Электронная коммерция (e-commerce). - <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-e-commerce/>
- [5]. Гамаюнова Т., E-commerce. - <https://roistat.com/rublog/e-commerce/>

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА

Студент: Резниченко Павел

Преподаватель-консультант:

Смирнова Ирина Александровна

СПБ ГАПОУ «Морская техническая академия им. адмирала Д.Н. Сенявина»

Цель: внедрить электронную торговлю как элемент бизнеса.

Гипотеза - внедрение электронной торговли, позволяет повысить эффективность продаж, а в частности увеличение прибыли.

Электронная торговля как понятие имеет много авторских или несколько официальных определений. Электронная торговля позволяет повысить экономическую фиктивность торговли, а в частности с минимальными затратами и увеличить прибыль [5].

Электронная торговля — новый вид без магазинной торговли, который осуществляется через интернет, в виртуальных магазинах. Здесь покупатель общается с продавцом, и с помощью компьютера и может выбрать себе товар по имеющимся каталогам.

Всемирная торговая организация (ВТО) характеризует электронную торговлю, как -процесс товарно-денежного обмена, обмена купли- продажи, на базе электронных технологий [5].

Электронные технологии открыли новый доступ к бизнесу вовремя локдауна. Этот вид хорошо закрепился и стал использоваться в мире примерно на 100%.

Были разработаны и открыты много видов платформ, от заказов до доставки. И это не только продукты, но и другие товары. Поэтому уже невозможно представить нашу жизнь без электронной торговли.

Существует много видов платформ, но наиболее популярные и зарекомендовавшие себя следующие:

1. Яндекс-распространенный русский интернет сервис, поисковая система, продвижение бизнеса в интернет-среде.
2. Вконтакте-глобальная русофицированная социальная сеть. выделяется по количеству публикаций и приросту аудитории в России
3. Ozon-ведущий, популярный интернет магазин в России. Самый широкий выбор товаров во всех часовых поясах, доставка до дверей.
4. Wildberries-интернет магазин, международный маркетплейс.
- 5 Авито- Интернет рынок первое место в мире среди класифайдов.

Для наиболее эффективной работы в сфере общественного питания, чаще всего используют популярные среди русскоязычной аудитории, такие электронные платформы, как, Яндекс карты, 2Gis, Яндекс еда, Delivery Club, в контакте, Instagram

Каждая платформа-площадка, как вид электронной торговли и инструмент бизнеса, может продвигать и продавать свой бренд-продукт, который становится популярнее у потребителя. Они помогают выйти в топ, учитывая предпочтения при раскрутке бренда, а так же прогнозируют прирост и продвижение, т.е. примерную прибыль.

Параметры правильно выбранной площадки следующие:

1.Таргетинг –реклама — официальный способ продвижения в новостной ленте или на любой социальной интернет площадке. Плюсы таргетированной рекламы:

- Вы показываете рекламу людям, которые могут заинтересоваться.
- Четкие и прозрачные показатели, отличие от рекламы у блогеров.

- Настройка происходит в рекламном кабинете.
- Тонкие настройки, которые позволяют добиться маркетинговых целей будь то охваты, повышение узнаваемости бренда или продажи.

2. Охват аудитории

- Быстрый выбор сегмента потребителем классификатор интересов (потребностей) потребителей.

3. Популярность электронной площадки.

4. Затраты на пользование ресурсом.

Внедрение и анализ проводился на предприятии ООО «УК-А СИСТЕМА» РЕСТОПАБ ЕЖИ КУРАЖИ.

До реализации товаров через интернет платформы, на предприятии наблюдалась небольшая прибыль только от гостей (постоянных потребителей). Они узнавали о существовании данного ресторана, благодаря сарафанному радио или из «уст в уста».

До внедрения электронной торговли, проведя анализ, было выявлено следующее:

- продажи паба были низкие
- проблема с реализацией всех товаров
- поток гостей- минимальный
- поставки меньших объемов, ассортимент меньше
- убытки от застоя товаров, особенно с ограниченным сроком реализации

За квартал апрель-август прошлого года (2021) чистая прибыль паба составила примерно 760 000 рублей. Но после внедрения электронной торговли, т.е. используя как элемент бизнеса, прибыль увеличилась.

За квартал апрель- август этого года (2022) прибыль паба составила ~ 1 250 000 рублей, т.е. благодаря электронным продажам прибыль увеличилась на 65% (Рис.1).

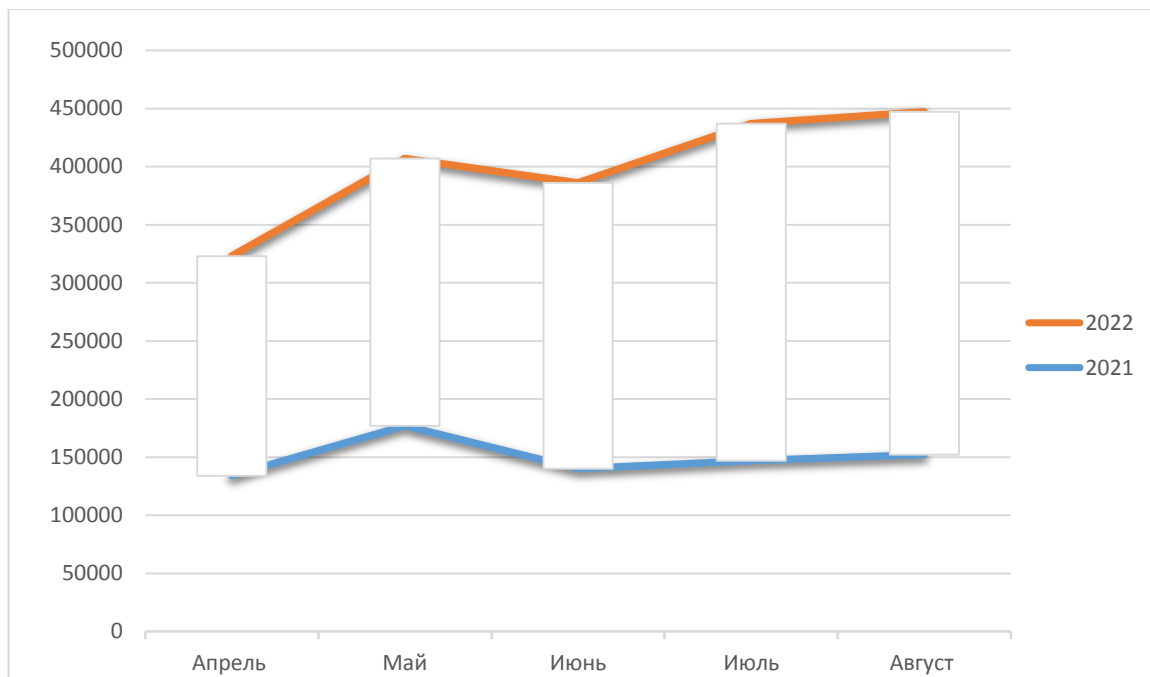


Рис.1-Квартальный график прибыли за 2021,2022.

Проведя анализ прибыли и взвесив все риски (затраты), было принято решение по внедрению электронной торговли.

Изначально электронная торговля внедрялась через все бюджетно-доступные интернет платформы из-за низкого бюджета:

1. Первым делом было выбрано приложение «вконтакте» где создал группу паба, разместил туда сочные фотографии царящей там атмосферы, блюд и тд. Умные алгоритмы от «вконтакте бизнес» дали Предложение сделать рекламу для набора аудитории где можно будет размещать актуальную информацию о ново-ведениях новинках.

2. Яндекс карты и 2гис предоставили предложения по продвижению на картах и своих поисковых ресурсах были проведены часовые переговоры по продвижению предприятия также я настроил эти кабинеты с нуля ассортимент товаров и услуг график работы точное место положения добавил и туда фотографии.

Спустя месяц работы электронной платформы была отслежена статистика, увеличения аудитории данного заведения, гостями сообщалось, что проживая рядом, увидели рекламу и решили зайти. То есть, место стало популярно, а главное замечено, благодаря платформам. Проведя анализ ключевых факторов при выборе электронной площадки была составлена сводная таблица (Табл.1).

Таблица 1.

Сравнительный анализ электронных площадок

	Яндекс	В контакте	2 Gis
Затраты	От 20тысяч	От 15тысяч	От 50тысяч
Отклик %	59%	38,5%	2,5%
Особенности	Показ статистика построения маршрута, поисковой запросы сравнение с конкурентами, взаимодействие с другими платформами оплата сразу не видно результат охват аудитории широкий продажа товаров в интернете развита	Показ статистики переходов по рекламе оплата услуги после её выполнение совершение звонков общение с потребителем через чат группы большой охват аудитории широкий продажа в интернете плохо развита	Продажи через интернет осуществить невозможно статистики показов предприятия за продвижение аудитория малого охвата

Список используемой литературы:

- [1].Балабанов, И.Т. Интерактивный бизнес: учебное пособие/ И.Т. Балабанов. – СПб: Питер, 2021– С.72-80.
 [2].Будкевич, Т. Интернет-маркетолог или интернет-продавец? Вот в чем вопрос: Технологии, возможности и угрозы/ Татьяна Будкевич// Продажи.-2018.-№3(5).-С.114-116.

- [3]. Дэниел Э. «Internet-магазины и закупочная деятельность»/«Электронный бизнес. Эволюция и/или революция» изд. «Вильямс» 2020 г. С. 291-302.
- [4]. Михайлов, С. Интернет как перспективный канал продаж/ Сергей Михайлов // Торговля и общественное питание. - 2008.-№9.-С.13-15.
- [5]. Шоркин, А. Успешный интернет-магазин: концепция, логистика, оптимизация и заблуждения / Шоркин Алексей // Продажи.-2019.- №4(6).-С.55-57.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ

Студентка: Саламатова Диана

Преподаватель-консультант:

Ефименко Татьяна Ивановна.

Колледж туризма Санкт-Петербурга

В эпоху глобальной цифровизации, появления мобильных средств связи в конвергентных сетях деловое общение «лицом к лицу» в сфере сервиса и услуг все чаще стало заменяться на общение в дистанционном формате. В этих условиях появилась проблема информационной и, как следствие, эмоциональной перегрузки субъектов делового общения. Возникла необходимость определить правила делового этикета при общении, опосредованном компьютерными сетями, с учетом особенностей такого общения.

Цель данной учебно-исследовательской работы – определить правила этикета делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг.

Гипотеза исследования заключалась в том, что соблюдение правил этикета делового общения, опосредованного компьютерными сетями, позволит уменьшить эмоциональные перегрузки субъектов такого общения.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- изучить теорию вопроса делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг;
- провести анкетирование субъектов общения;
- сформулировать правила этикета делового общения, опосредованного компьютерными сетями, позволяющие уменьшить эмоциональные перегрузки субъектов такого общения.

В ходе исследования применялись такие **методы**, как анкетирование, анализ; синтез.

Деловому общению в сфере сервиса и услуг посвящено немало работ [3], [3]. Ведь от характера общения с клиентом напрямую зависит удовлетворенность последних.

Многие авторы отмечают, что общение, опосредованное компьютерными сетями, отличается от общения «лицом к лицу» и требует от субъектов общения наличия специальных навыков. В результате изучения исследований, были выявлены следующие особенности делового общения, опосредованного компьютерными сетями в сфере сервиса и услуг:

- отсутствие контакта глаз с клиентом;
- отсроченные реакции клиента;
- возможность быть непонятым клиентом вследствие разного восприятия используемых эмодзи;
- необходимость освоения навыков делового письма;
- необходимость соблюдения делового этикета общения с клиентом в дистанционном формате.

Чтобы общение с клиентом в дистанционном формате было продуктивным, нужно соблюдать ряд правил, сформулировать которые удалось на основе проведенного анкетирования. Результаты анкетирования частично приведены на рис. 1-4.

Как Вы считаете, в какое время уместно отправлять сообщения в чате деловой переписки?

23 ответа

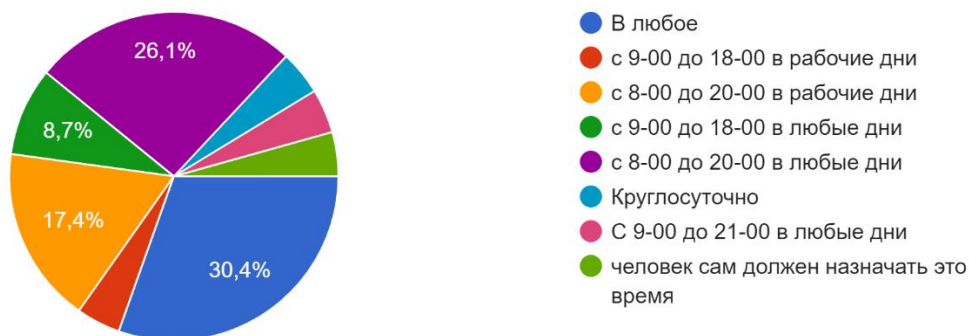


Рисунок 1. Определение оптимального времени общения

Как Вы считаете, нужно ли указывать тему письма при переписке по электронной почте

23 ответа

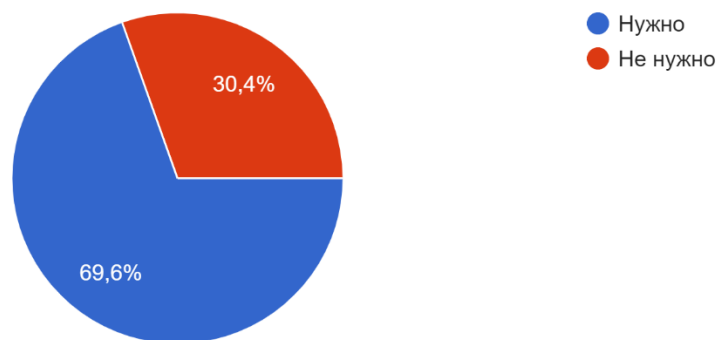


Рисунок 2. Правила работы при использовании электронной почты

Как Вы относитесь к голосовым сообщениям в чатах мессенджеров

23 ответа



Рисунок 3. Отношение к голосовым сообщениям

Выберите социальные сети и мессенджеры, используемые Вами при общении

23 ответа

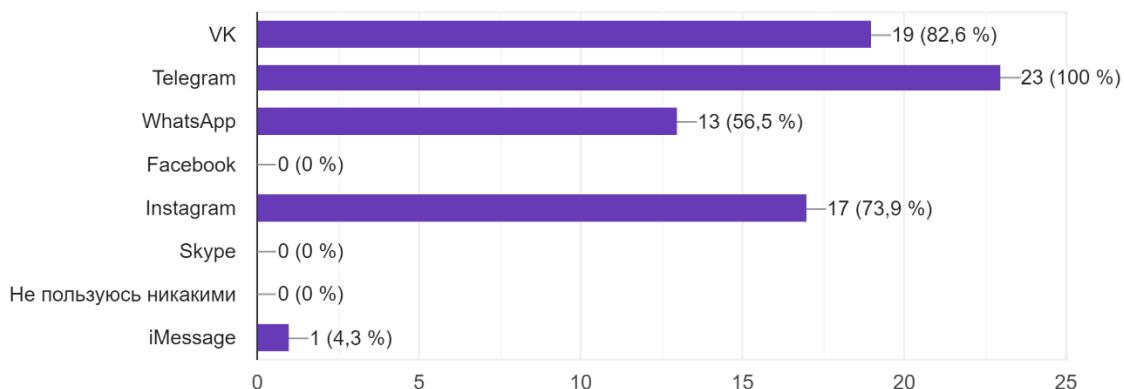


Рисунок 4. Применение социальных сетей и мессенджеров в деловом общении

Как видно на диаграммах, общение более 50% респондентов готовы осуществлять круглосуточно или в дневное время с 8.00 до 20.00. При этом значительная часть опрошенных (91,3%) готова к общению посредством голосовых сообщений, если эти сообщения поступают в удобное для прослушивания время. Среди опрошенных не оказалось ни одного, кто бы не пользовался социальными сетями и мессенджерами, что еще раз подтверждает повседневное применение этих инструментов для организации делового общения.

По итогам анкетирования и изучения теоретических источников были сформулированы следующие правила этикета делового общения, опосредованного компьютерными сетями, в сфере сервиса и услуг:

- При отправке информации в виде сообщения в чате следует позаботиться о собеседнике и ограничиться одним структурированным сообщением вместо нескольких разрозненных предложений.
- Использовать корректный нейтральный тон в содержании сообщений с применением слов «спасибо», «пожалуйста», «благодарю» и т.п.
- Проявлять осторожность в выборе эмодзи.
- При отправке сообщений учитывать временной пояс, в котором находится клиент. Стараться отправлять сообщения с 8.00 до 20.00.
- Перед отправкой голосового сообщения нужно спросить, может ли собеседник его прослушать.

Соблюдение простых правил этикета делового общения в дистанционном формате позволит клиенту сложить благоприятное впечатление об организации, которую представляет специалист и повысит тем самым качество оказания услуг.

Список используемой литературы:

- [1] Лукиных С.Н. Деловые интернет - коммуникации: правила поведения на профессиональных видеоконференциях, веб форумах и в блогосферах. - <https://scienceforum.ru/2022/article/2018030144>
- [2] Почта, мессенджеры, видеоконференции, звонки: новая этика делового общения в сети. – <https://netology.ru/blog/06-2021-business-communication-guide>

РОБОТЫ ЗАМЕНЯЮТ ЛЮДЕЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Студентка: Сулейманова Инара

Преподаватель-консультант:

Тараканова Анна Николаевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Аннотация: В настоящее время в мире накоплен определенный опыт по внедрению и использованию роботов в гостиничном сервисе. Роботы применяются в гостиницах в различных должностях как за рубежом, так и в России. В статье рассматриваются примеры роботизации отелей, а также представлены результаты исследования по удовлетворенности гостей обслуживанием роботами.

Ключевые слова: роботы, обслуживание гостей, отели.

Цель: Изучить имеющийся опыт по внедрению роботов в процесс обслуживания в гостиницах.

Гипотеза: Известно, что роботы давно и успешно внедряются в сферу обслуживания. Возможно, что скоро они заменят всех сотрудников в гостиницах.

Потребность в живых людях в сфере услуг медленно, но верно сходит на нет.

Роботы уже примерили фартуки официантов, встали за стойки ресепшен в гостиницах и обосновались в аэропортах. Бесконтактные, надежные, безопасные - они не всегда могут заменить человека, но в некоторых ситуациях роботы справляются с задачами не хуже.

В отеле Aloft в американском Купертино робот-сотрудник появился летом 2014 года - гуманоид по имени Botlr заступил на службу дворецким. Внешне он напоминает робота из «Звездных войн». Botlr способен передвигаться по коридорам гостиницы со скоростью до 6 км/ч и не сталкиваться с постояльцами или багажом. Робот может доставить в номер сэндвич, свежее полотенце или новую зубную щетку.

Роботы YUNJI используются в крупнейших сетевых отелях: Marriott, Hilton, Hyatt, Sofitel, Sheraton, Pullman и многих других, более чем в 10 000 отелях по всему миру. Они могут обслужить гостя в лобби или на стойке приема, проводить его в номер, рассказать любую информацию об отеле, заказать билет на самолет или в театр.

В ресторанах по всему миру внедряют роботов-официантов. Искусственный интеллект обслуживает посетителей и в бангкокском Hajime Robot Restaurant. Гуманоид ростом с человека, облаченный в национальные доспехи, собирает блюда, выбранные гостями, на поднос и везет его посетителям. По пути он напевает песенки и дружелюбно подмигивает.

Во время пандемии спрос на роботов значительно вырос. Так роботы водили ночные экскурсии по лондонской галерее Tate: гуманоиды передвигались по залам музея, а зрители могли рассматривать произведения искусства и слушать пояснения умных гидов на экранах своих компьютеров.

Полноценные сотрудники-роботы в отелях считались предметом научной фантастики. Обслуживающий персонал в виде роботов встречался лишь в кино и телевизионных шоу, а в реальной жизни им места не было. Но в последние годы ситуация начинает стремительно меняться.

В середине июля 2015 года в Японии открылся первый отель, существенная часть работников которого — роботы. В гостинице под названием Henn-na (в переводе

"Странный отель") первоначально работало 80 разных роботов: посыльный, гардеробщик, портье, уборщик и даже робо-рыбка. К 2019 году их там было почти 250.

Гуманоидов из отеля Henn-na разработала компания Koroiko. Инженеры придали им человеческий вид. Так, неодушевленные сотрудницы ресепшен выглядят как милые молодые японки. Они умеют дышать, моргать и устанавливать зрительный контакт. И свободно говорят на четырех языках: английском, японском, китайском и корейском. Если постояльцам девушки-роботы покажутся слишком скучными, можно зарегистрироваться и у динозавра.

Отель попал в Книгу рекордов Гиннеса как полностью роботизированный, хотя за машинами все-таки присматривают живые люди.

В России прогресс тоже не стоит на месте. В парк-отеле города Доброград в конце 2019 года появился промобот по имени Михалыч. В первый месяц робот стал незаменимым проводником по городу для гостей отеля, серьезным помощником в выдаче карт-ключей и постоянным героем социальных сетей. Он знает, какие сегодня проходят события, как добраться до кафе или ресторана и где можно поиграть в теннис. Промобот может поддержать разговор с гостем на любую тему — например, обсудить последние новости, погоду в Доброграде на ближайшую неделю или рассказать, кто изобрел первого робота. Ключевая функция, реализованная в промоботе отеля «Доброград» — это заселение гостей. При первом обращении робот сканирует паспорт, ищет бронь в системе и выдает ключ. Ежемесячно робот в парке-отеле Доброград взаимодействует с гостями около 1500 раз.

Михалыч — первый в России робот-администратор, поддерживающий общую идею цифровизации согласно концепции разумного пространства, в которой развивается Доброград.

С 2020 года в России на территории научного городка Иннополис строят первую роботизированную гостиницу.

Роботизация отеля позволит свести к минимуму количество обслуживающего персонала. Роботам планируется отдать уборку, доставку и транспортировку багажа, приготовление еды. Стойка регистрации превратится в голографическое изображение с голосовым помощником или отдельного дрона. На входе в номер предусмотрена автоматическая идентификация постояльца и разблокировка двери для него. Управлять оборудованием гости смогут через колонку или смартфон. Приложение на мобильном устройстве подскажет, куда пройти, чтобы попасть на нужный этаж, как открыть номер и как заказать завтрак.

Это позволит сэкономить на налогах и зарплатах, что даст возможность гостям снимать номера по стоимости трехзвездочной гостиницы. Один робот сможет заменить от 2 до 6 сотрудников, поскольку действует намного быстрее и сосредоточеннее человека.

Кроме того, роботы смогут работать круглосуточно и разговаривать с постояльцами на любом языке благодаря встроенной программе распознавания языков.

Роль роботов в индустрии гостеприимства серьезно изучается учеными и экспертами, которые проводят сравнительные характеристики возможностей роботов и людей, в том числе — с точки зрения удовлетворенности гостей отеля персоналом-роботами и людьми.

Проведенное в 2017 году профессорами Корнельского университета исследование выявило неоднозначные результаты.

Данные, собранные исследованиями в 88 гостиницах в 23 городах, расположенных по всему Китаю, включали более 745 000 запросов. Наиболее распространенные запросы гостей в порядке убывания:

- доставка питания в номер на протяжении всей ночи;
- выключение телевизора;
- выключение света в номере;
- открытие штор утром;
- закрытие окон шторами перед сном;
- воспроизведение музыки.

Для оценки удовлетворенностей гостей от взаимодействия с роботами опросили 94 гостей в шести отелях. Выводы разделились поровну между мужчинами и женщинами, и они перекошились в сторону молодых путешественников, причем почти две трети опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет. Исследователи обнаружили, что у гостей-миллениалов большие надежды на роботов, в том числе на лучший жизненный опыт, более удобные и индивидуальные услуги и более интересные впечатления. Они также считают, что пребывание в гостинице с роботами – более экономичное.

Вывод данного исследования указывает, что в целом гости отелей с роботами были удовлетворены их обслуживанием.

В заключение необходимо отметить, что в 2019 году в роботизированных отелях Henn-na сократили примерно половину роботов. Как оказалось, они создавали больше проблем, чем решали. Всех "уволненных" роботов снова заменили люди. Сегодня руководство отеля продолжает продвигать его как роботизированный, но это скорее приманка для туристов, чем реальная попытка заместить людей машинами.

Вывод: Говорить о закате "эпохи людей в отельном сервисе пока что, очевидно, рано. Полностью исключать людей из процесса нельзя, а освободить их от низкоквалифицированного труда можно. Роботы не заменят людей, но позволят им фокусироваться на более интересных задачах. К тому же, люди все равно будут работать в гостинице, поскольку роботам необходимы технические операторы для поддержания их работы и устранения внезапных неполадок.

Таким образом, роботы вряд ли скоро вытеснят людей, и еще долго будут выполнять относительно простые задачи, не требующие дополнительного контроля и наблюдения.

Список используемой литературы:

- [1] Анастасия Новикова, Роботы заменяют людей в сфере обслуживания - <https://style.rbc.ru/items/571638b19a79472acdb34c8f>
- [2] Полина Малахова, Роботы на ресепшн: как строят первую роботизированную гостиницу в России - https://hi-tech.mail.ru/review/robots-hotel/#a01_50109
- [3] Как работает первый в России робот-администратор отеля-<https://promobot.ru/review/first-hotel-robot>
- [4] Роботы-сотрудники в отелях - <https://welcometimes.ru/news/roboty-sotrudniki-v-otelyah>

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ

*Студентка: Терешкина Кристина
Преподаватель-консультант:
Радзевич Ирина Даниеловна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Деловое общение в дистанционной форме значительно сокращает затраты времени на решение текущих вопросов, позволяет экономить не только время, но и деньги на деловые поездки в другой город или страну. Современные возможности телефонной связи, использующие новейшие технологии (сотовые телефоны и др.), только увеличивают значимость телефона в деловой жизни [1]. Все выше сказанное делает данную тему достаточно актуальной именно в наше время.

Дистанционное общение подразумевает под собой отсутствие визуального контакта и является разновидностью опосредованного общения – это коммуникация, в которую вклиниваются промежуточные звенья в виде механизма, вещи. К средствам дистанционного общения относится телефон, деловые письма, электронная почта [2].

Если, например, два человека разговаривают по телефону, то дистантность можно считать минимальной: они слышат друг друга, но не могут друг к другу прикоснуться. В том случае, когда один другому посылает письмо или передает сообщение через третьих лиц, дистантность значительная.

Дистанционное опосредованное общение (телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление и т.п.) отличается от контактного, непосредственного повышенным вниманием к интонационному рисунку речи (устное общение), краткостью и регламентированностью, невозможностью использования жестикуляции.

Цель работы: проанализировать понятие и особенности дистанционного делового общения

Методы:

1. Теоретический анализ литературы и других источников информации по теме исследования
2. Анкетирование студентов
3. Анализ полученных данных
4. Выделение и синтез главных компонентов

Гипотеза: Специалист в сфере сервиса и услуг обязан владеть навыками общения на дистанционном уровне с клиентами, знать особенности дистанционного общения (широкая география, экономия времени, экономия денег), знать все проблемы и уметь их решать.

Деловое общение представляет собой один из важнейших способов коммуникации в системе управления компанией. Из всех способов коммуникации именно деловое общение занимает преобладающую по затратам времени долю выполняемой работы. В среднем, как показывает опыт, приблизительно 70-80% рабочего времени менеджер затрачивает на процессы делового общения. В компаниях сервиса и туризма доля времени, затрачиваемого на процедуры делового общения, выше, чем в компаниях, занятых другими видами деятельности. Менеджер в сфере сервиса затрачивает значительное время на общение с клиентами, потребляющими продукт компании, а также

на предоставляемые услуги. Сам процесс предоставления услуги во многих случаях опосредован общением менеджеров компании с клиентами [3].

Посредством коммуникаций осуществляется согласование совместной деятельности людей, благодаря коммуникациям и функционированию системы управления труд каждого отдельного работника включается в общий производственный процесс, ведущийся компанией. Общение, и в частности деловое общение, представляют собой самую значимую, а в некоторых случаях единственную форму коммуникаций.

Принято выделять две формы делового общения: 1) осуществляемое посредством личного контакта, или непосредственное общение; 2) деловое общение, опосредованное различными формами связи.

Деловое общение, предполагающее личный контакт участников, реализуется в различных формах.

Личное, или непосредственное общение позволяет использовать в процессе делового контакта как вербальные средства передачи и получения информации, так и невербальные. К невербальным средствам передачи информации относят мимику, жестикуляцию, многозначительные позы собеседника, интонации, ударения, которые в совокупности могут иногда нести большую информацию, чем только лишь речевое (телефонное, например) или письменное сообщение [4].

Деловое общение, осуществляемое вне личного контакта, опосредовано использованием технических средств связи, телекоммуникационной техники. Такой техникой являются телефоны, громкоговорящая связь, радиосвязь, видеофоны и т.д. Поскольку наиболее часто и широко применяется телефонная связь, значительное место в процедурах делового общения занимают телефонные разговоры, беседы, переговоры. Вместе с тем деловое общение может осуществляться также посредством обмена письмами, факсами, телеграммами, телефонограммами, в том числе по электронной почте, посредством SMS и др.

Особенности делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг

Деловое общение в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг имеет следующие особенности:

- широкая география;
- доступность из любой точки мира;
- экономия времени (в частности, на дороге);
- экономия денег: как правило, стоимость дистанционного обучения ниже, к тому же иногородним клиентам не нужно тратить на поездки;
- возможность общаться с коллегами по работе сохраняется;
- развивается самодисциплина и ответственность.

При удалённом общении с сотрудниками сегодня, как правило, используются мессенджеры, электронная почта и телефон. При этом руководитель и сотрудник не видят друг друга. Видеосвязь используется не столь часто, но практически везде возможна (в чатах, телефонных звонках и т.п.).

Одна из проблем переписок в мессенджерах и по почте (а также во время видеосвязи и звонков) в том, что в удалённом формате легко параллельно отвлекаться на задачи и эффективность коммуникации снижается.

Более того, при ограниченных каналах передачи информации руководитель получает ограниченную обратную связь. Не всегда понятно, получил ли сотрудник информацию так, как предполагалось и какая его реакция (готов действовать,

мотивирован, понятны приоритеты). Становится сложнее оценить его мотивацию и, в целом, его реакцию на слова руководителя.

Для того, чтобы преодолеть эти барьеры, важно использовать дополнительные имеющиеся возможности и технологии, чтобы сделать общение более похожим на очный формат [5].

Планирование и организация удалённых коммуникаций с сотрудниками – один из основных элементов работы дистанционного руководства. Руководителю важно, например, оговорить ограничение фонового шума и воздержание от посторонних разговоров, чёткую и ясную речь в разумном темпе, наличие визуализации, понимание цели встречи, внимательное слушание и так далее.

Кроме этого, всем важно договориться как разделяются потоки информации, какие средства коммуникации должны применяться в тех или иных обстоятельствах, например, когда следует использовать электронную почту, когда связываться по телефону, а когда лучше потратить время на создание документа и его распространение среди членов команды. Это связано с тем, что поддерживать огромное число каналов коммуникации по всем вопросам не оптимально. Необходимо зафиксировать критически важные каналы и стараться придерживаться общения по этим вопросам через них [3].

Основные проблемы делового общения в дистанционном формате в сфере сервиса и услуг заключаются в следующем:

- Возникновения плохой связи;
- Отсутствие постоянного контакта и живого общения;
- Сложности в оценке успеваемости рабочих;
- Слабая мотивация и отсутствие чувства ответственности, слабый контроль рабочего процесса;
- Дистанционное общение может негативно сказываться на здоровье.

По результатам опроса студентов второго курса, обучающихся по специальности «Туризм» в Колледже туризма Санкт-Петербурга (количество респондентов - 53 человека): студентам легко адаптироваться к дистанционному обучению, большинство учащихся удовлетворены учёбой на дистанционном режиме, и у некоторых увеличилась мотивация.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что дистанционная форма делового общения в сфере сервиса и услуг имеет ряд особенностей, а также проблемы, которые на сегодняшний день решаемы, поскольку современный мир хорошо развит в технологиях.

Список используемой литературы:

- [1] Васильева В.А., Фатыхова Е.Р. Этикет делового общения в формате дистанционного обучения: проблемы и пути их решения // Материалы XXVI международной научно-методической конференции: Проблемы преподавания филологических дисциплин в новых образовательных условиях. Санкт-Петербург.- Издательство: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2021.- С. 394-399
- [2] Воротынцева Т.Л. Этика делового общения в электронной переписке // Бизнес-партнер: тренинговая компания: официальный сайт.- URL: <https://training-partner.ru/staty/etika-delovogo-obshheniya-v-elektronnoj-perepiske.html?ysclid=lacek90pas173507436>

- [3] Деловое общение в компаниях сервиса и туризма // Studref - Студенческие реферативные статьи и материалы (info{at}studref.com). 2017 – 2022.Сайт.- URL: https://studref.com/470655/turizm/delovoe_obschenie_kompaniyah_servisa_turizma?ysclid=lacdqh03w505587878
- [4] Правила коммуникации между удаленными сотрудниками // Unicraft . Платформа для онлайн-обучения: Управление персоналом: офиц. сайт.- URL: <https://www.unicraft.org/blog/9189/distancionnaya-kommunicatci/?ysclid=lacfa56l963256576>
- [5] Рыкалова Е. Коммуникация и взаимодействие с дистанционными сотрудниками //Теории и практики.2009-2022: сайт.- URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/17941-kommunikatsiya-i-vzaimodeystvie-s-distantsionnymi-sotrudnikami?ysclid=lacdy0azr808170029>

СПЕЦИФИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕССЕНДЖЕРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

*Студентка: Шаркунова Эмма
Преподаватель-консультант:
Недосвитий Наталья Владимировна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Пандемия, локдауны, удаленная работа – все это привело к тому, что деловое общение в сфере туризма фактически полностью перешло в онлайн. И пусть поначалу ни компании, ни руководители, ни сотрудники не понимали, как грамотно выстраивать взаимодействие с клиентами в интернете, постепенно сформировался «цифровой этикет», регулирующий правила делового общения в онлайн-среде, в том числе, в мессенджерах.

Удаленный формат работы привел к тому, что деловой этикет в цифровом пространстве стал неотъемлемой частью работы многих организаций. В туристической индустрии, деловое общение в мессенджерах имеет свою специфику, поскольку диалог происходит не только между руководителем и менеджером, но и между менеджером и туристом, руководителем и туристом и др.

Цель исследования – описание базовых правил делового этикета в онлайн-среде для работников сферы туризма с целью формирования коммуникации между сотрудниками и клиентами. Это способствует повышению не только уровня продаж, но и качества обслуживания туристов в современных реалиях.

Не смотря на то, что онлайн-общение в деловой среде практикуется уже достаточно долго, некоторые турагенты, ранее работавшие исключительно в офлайн-офисах, до сих пор имеют значительные трудности в общении с клиентами, например, в мессенджерах. Также, эта проблема актуальна для сотрудников, только начинающих свой карьерный путь в туризме. Из-за нехватки опыта работы с клиентами в целом, они сталкиваются с трудностями в интернет-коммуникации, за счёт неуверенности в своей компетенции. В безличном общении значительно сложнее произвести впечатление на человека или что-либо ему объяснить, поэтому эта проблема актуальна не только для сотрудников, работавших до пандемии, но и для молодых специалистов.

Однако общение в онлайн-среде всегда начинается с профиля. В первую очередь, стоит указывать свои настоящие имя и фамилию, а также, собственную фотографию, которая выглядит достаточно презентабельно. Кроме того, следует фильтровать посты, которые публикуются в профиле. Например, не стоит затрагивать темы политики, религии, неоднозначных моральных вопросов или сложных социально-экономических проблем. Личные рассуждения на подобные темы должны оставаться личными и могут произвести спорное впечатление о человеке или даже воспрепятствовать построению делового диалога с коллегами или туристами.

На данный момент уже сформировались некоторые нормы делового общения в онлайн-среде, которое протекает, как правило, в мессенджерах. В первую очередь, не стоит забывать о том, что это именно деловая переписка. Стоит выражаться более сдержано, чем в неформальном общении. Мысли должны быть четко сформулированы и конкретно переданы собеседнику без лишней эмоциональной окраски, но это не значит, что нужно вести совершенно сухую беседу. Безусловно, необходимо, как минимум соблюдать вежливость, однако, злоупотреблять стикерами и смайлами не стоит.

Кроме того, необходимо уважать своего собеседника, и его личное пространство. В переписке достаточно легко стираются границы, что в деловой среде совершенно недопустимо. Поэтому не следует разбивать одну мысль на несколько сообщений, так как на каждое из них будет приходиться уведомление. Чтобы не отвлекать собеседника, лучше отправить одно содержательное сообщение. Также, стоит избегать голосовых сообщений.

Если вопрос, который необходимо обсудить с собеседником, слишком объёмный или серьёзный, чтобы обсуждать его в чате, то лучше сделать это с помощью звонка. Однако, его тоже необходимо не только заранее согласовать, но и за примерно 10-15 минут до звонка уточнить, не изменились ли обстоятельства у собеседника, и сможет ли он уделить время для разговора. Если вопрос не терпит отлагательств, то при незапланированном звонке необходимо уточнить, может ли человек сейчас говорить. Кроме того, лучше писать сообщения в период рабочего дня, примерно с 9.00 до 19.00. Таким образом можно проявить такт и уважение к своему собеседнику, что является неотъемлемой частью делового общения.

Также, использование сленговых выражений и многих сокращений недопустимы в корпоративном общении. Если слова на подобии «турпродукт» - уже устоявшийся и понятный вариант, то сокращения, например как «пж», или эрративы не должны употребляться в переписке. Это одна из причин, почему не стоит пренебрегать проверкой сообщений перед отправкой. Это поможет не только проконтролировать, насколько сообщение соответствует вышеописанным требованиям, но и, проверить, не сработала ли автозамена, ведь очень важно, чтобы смысл сообщения не был искажён.

В отличие от неформальной переписки, в деловой следует обозначать конец диалога. Если это был первый контакт с собеседником, особенно с клиентом, необходимо в конце указать свою должность и имя. Например, если менеджер отправил туристу первую подборку отелей. Таким образом, турист будет точно знать, с кем он общался, и сможет в последствии обращаться к определённому сотруднику. Это особенно важно в сфере туризма, где конкретный менеджер сопровождает конкретного туриста, и если переписка ведётся с корпоративного, «безличного», профиля. Также, необходимо показать готовность помочь туристу в будущем. Это можно сделать написав, что сотрудник готов ответить на вопросы клиента, проконсультировать его, если возникнет такая необходимость.

Также, в современных реалиях, в сфере туризма появились новые технологии и одна из них – чат-боты. Чат-бот – это виртуальный помощник, который отвечает на вопросы пользователей, в нашем случае – на вопросы туриста. В основном они используются в рутинных задачах, таких как формирование первичного обращения, ответы на повторяющиеся вопросы: «Посмотреть статус заявки», «Время вылета», «Условия страхования» и др.

Безусловно, это упрощает работу, ведь бот может обрабатывать сотни запросов одновременно, отвечать на рутинные вопросы и не имеет человеческого фактора – не устает, не болеет, не имеет плохого настроения. Туристам же чат-бот позволяет сэкономить время – они не будут ждать ответа на звонок/сообщения, если менеджер занят – общение с ботом доступно круглые сутки, персонализация – бот знает о предыдущем запросе клиента, поскольку собирает персонализированную информацию.

Однако, чат-боты не всем туристам приходятся по душе, ведь они не могут обрабатывать сложную информацию, у них отсутствует персональный подход и креатив, и в целом, искусственное общение – это периодически неуместные ответы и предложения.

Подводя итог, можно сказать, что соблюдение правил делового общения в онлайн-среде играет огромную роль в современном мире. Правильно составленное сообщение продемонстрирует компетентность сотрудника, а пренебрежение правилами может привести к противоположному результату, вплоть до потери клиента. Поскольку сейчас весь процесс обслуживания туриста может быть проведён онлайн, в том числе обмен документами и подтверждение оплаты, важно помнить, что грамотное обслуживание клиента через мессенджер положительно повлияет на мнение туриста о турфирме в целом.

Список используемой литературы:

- [1] *Митюков М.* Чат-боты в туризме: какие они бывают, где используются, сколько стоят - <https://thinktraveltech.com/news/razbor/tourism-chat-bots>
- [2] *Митюков М.* «К этому все идет — рутину перекладываем на роботов». Как работают чат-боты в туризме - <https://thinktraveltech.com/news/razbor/chat-bots-travel>
- [3] *Васильева Ю.* Блог о маркетинговых стратегиях в туризме. Чат-боты в туризме: успешные кейсы на российском рынке - <https://ru.russia-promo.com/rmaa-group/blog/chatbots-in-tourism-2021>
- [4] *Котова Е.* Без «пжлст», мемов и капслока: правила делового общения в мессенджерах - <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/451031-bez-pzlst-memov-i-kapsloka-pravila-delovogo-obshenia-v-messendzeraх>
- [5] *Тримайлов А.* Как турагентам обойтись без офиса: зарубежный опыт - <https://profi.travel/articles/45867/details>
- [6] *Безрукова Н.* Деловое общение в мессенджерах: вежливость и дальновидность - <https://wazzup24.ru/review-articles/business-communication-in-messengers-politeness-and-foresight/>
- [7] *Цымбалюк Д.* Сетевой этикет: правила делового общения в социальных сетях - <https://www.susu.ru/ru/news/2020/06/30/setevoy-etiket-pravila-delovogo-obshcheniya-v-socialnyh-setyah>

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПОСЛЕКОВИДНЫЙ ПЕРИОД И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ

*Студентка: Быстрова Наталия
Преподаватель консультант:
Недосвитий Наталья Владимировна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Пандемия Covid 19 сильно повлияла на наши жизни, как в бытовом, так и в профессиональном смысле, и, безусловно, оказала сильное влияние на туристскую индустрию. Кроме длительного ограничения туристских поездок, произошли и некоторые изменения в работе офисов турфирм.

После длительного периода удалённой работы, многие фирмы пришли к выводу, что работа «на удалёнке» позволяет сократить ряд расходов: на аренду помещения, оплату электроэнергии и так далее. Однако психологически некоторым людям работать из дома было достаточно тяжело, в основном они отмечали снижение концентрации, повышение уровня стресса, сталкивались с, например, нехваткой оборудования в домашнем пространстве. При этом многие люди отметили снижение уровня тревожности, поскольку не для всех работа в офисе была комфортной, увеличение количества свободного времени, так как теперь не нужно было куда перемещаться.

В связи с кризисом, возникшим на рынке туризма после пандемии, закрылось множество турагенств, отсеялись маленькие компании, и остались в основном крупные и проверенные турфирмы. Им удалось устоять благодаря крупной базе постоянных клиентов и хорошей репутации, которая выстраивалась годами. Кроме того, значительно выросло количество онлайн-продаж.

Всё больше людей интересуются различными маркетплейсами, авторскими турами, совершают покупку и оплату онлайн. Оплата может производиться двумя способами: по ссылке или по QR-коду. Эти методы очень похожи, туристу высылают специально сгенерированную ссылку или QR-код, турист сканирует код или переходит по ссылке и оплачивает тур безналичным способом.

Преимущество онлайн-шоппинга в сфере туризма по сути такое же, как и в любой другой: приобретение интересующего продукта в комфортной для каждого человека обстановке из любой точки мира. Недостатком же может послужить нехватка информации об услугах, представленная в интернете, или же отсутствие личного контакта, который до сих пор важен для многих из людей.

Тем не менее, всё же нельзя отрицать, что за время пандемии мир для клиентов турфирм изменился. Кроме, как уже упомянуто выше, повышения уровня доверия онлайн-шоппингу, он стал «компенсаторным». Люди стали приобретать то, что было недоступно из-за Covid 19, а путешествий это касается в первую очередь[1]. Более того, помимо привычного ознакомления с ассортиментом на сайте и просмотра отзывов теперь больше людей стали доверять и отдавать своё предпочтение онлайн-шоппингу. Также, многие не видят более необходимости приезжать в офисы компаний за консультацией, ведь теперь её можно реализовать с помощью мессенджеров или звонков, и качество обслуживания от этого не пострадает.

Одним из самых популярных маркетплейсов авторских туров является YOU.Travel.Me, на котором размещены авторские туры по России и зарубеж. Помимо консультации от сотрудников агрегатора, туристы получают возможность связаться

непосредственно с организатором туристской поездки, посмотреть другие туры, которые организовывал этот человек и ознакомиться с отзывами о его работе.

Однако при использовании такой формы покупки турпродукта возникает вопрос: что делать с документами? В целом, весь документооборот может быть проведён онлайн.

Сделать это можно двумя способами, первый – это оплата договора оферты, поскольку данный договор начинает действовать с того момента, как турист внёс оплату.

Его составляют перед бронью и дополнительных подтверждений к этому договору не требуется. Второй способ – заполнение документа в электронном виде с использованием факсимильных подписей и печати. Соответственно, в любом из этих случаев совершенно нет необходимости туристу или сотруднику находиться в офисе, чтобы оформить документацию, а отправить её турагент может любым удобным туристу способом: на электронную почту, в мессенджере и т.д. В случае, если турист всё же хочет получить документы именно в печатном виде некоторые турфирмы, как, например, петербургское турагентство «Алоха», предлагают услугу доставки документов. Фирма осуществляет доставку не только по Санкт-Петербургу, но и по всей России. Таким образом, туристы из любого региона могут выбрать для себя тур с вылетом из удобного для них города.

Безусловно, это очень выгодно и для турфирм, поскольку в данном случае их потенциальными клиентами становятся не только жители одного города или региона, но и люди их любого уголка страны. Тем не менее, всё ещё есть люди, которым гораздо комфортнее лично общаться с турагентом, находясь в офисе в более формальной обстановке. Некоторые люди будут чувствовать себя менее тревожно, если при оформлении документов будут лично наблюдать за тем, как сотрудник фирмы поставит свою подпись и печать организации на всех необходимых документах, если им при личной встрече обо всём расскажут и проинструктируют, поэтому отрицать необходимость наличия офисов просто невозможно.

Учитывая вышеописанные изменения на рынке и положительные черты удалённой работы, довольно большое количество профессионалов вместо работы в офисе предпочли фриланс. Фриланс – это работа в частной практике. Соответственно, фрилансеры самостоятельно ищут своих клиентов, организуют свой труд, получают прибыль и выплачивают налоги.

В туризме фрилансеры в большинстве своём – турагенты. Однако, в туризме работать полностью самостоятельно практически невозможно для агентов. Поэтому фрилансеры сотрудничают с различными фирмами. Например, турагентство «Onlinetours.ru» сотрудничает с фрилансерами, как с посредниками [2]. Сторонний агент привлекает клиента, бронирует для него тур через «Onlinetours.ru», соответственно, договор заключается от турагентства, и оно берёт на себя ответственность в сопровождении этого договора. Фрилансер получает оплату за свой труд и выплачивает комиссию агентству, с которым сотрудничал.

Таким образом, преимущества во фрилансе – это возможность самостоятельно организовывать труд на своих условиях, в том числе график работы, а также, отсутствие физических ограничений. Данный пункт касается и онлайн продаж, однако, фрилансер не привязан к определённому месту, может работать из любой точки мира, как и его клиенты могут обращаться к нему из любого региона или страны. Из недостатков самым крупным является отсутствие независимости в профессиональной деятельности. Турагентам-фрилансерам необходимо сотрудничать с тем или иным агентством как посредникам.

Изменения, также, затронули сферу продвижения турфирм и их продуктов. Теперь большее предпочтение отдаётся в рекламе в социальных сетях или мессенджерах. После прекращения деятельности Instagram в России большое количество фирм стали активнее продвигать себя в социальной сети «ВКонтакте». Например, кроме классических рекламных постов, турфирмы публикуют в своих группах во ВКонтакте полезную информацию для туристов, ведут интересные рубрики, проводят интерактивы, рассказывают подробнее о своём развитии в туризме или публикуют новости, связанные с ним. Например, локальный туроператор «Север для Вас», занимающийся организацией путешествий на Кольский полуостров, в своём сообществе в социальной сети публикует не только полезную информацию для туристов, например, что необходимо взять с собой в путешествие, но и рассказывает, что можно посетить в Мурманске, какие блюда местной кухни стоит попробовать и так далее. Кроме того, стали актуальны рассылки в мессенджерах, например, сейчас чаще всего используется WhatsApp, там же в статусах публикуются актуальные рекламные предложения.

Подводя итог, можно сказать, что туристский рынок достаточно сильно подвержен влиянию внешних факторов и изменениям, но при этом успешно подстраивается под новую реальность, открывая новые возможности для развития. В последние годы часто звучит фраза «сложная ситуация на рынке туризма», однако, кризис зачастую лишь подталкивает к совершенствованию. В современном мире данная сфера может развиваться в цифровой области, совершенствуя свою онлайн-деятельность или разрабатывая, например, приложения, которые поспособствовали бы оптимизации рабочих процессов.

Список используемой литературы:

- [1]Аканов. А., Какие тренды сформируют постковидный деловой мир. - https://forbes.kz/life/observation/nadeyas_naluchshee_1618762367
- [2]Гордиец А.Б., Турагенты-фрилансеры: нужны ли рынку «надомники» и как с ними работать. - <https://www.tourprom.ru/interview/286/>

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ

*Студентка: Усачева Василиса
Преподаватель – консультант:
Иваненкова Татьяна Евгеньевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Во времена пандемии актуальность дистанционного обучения начала расти. За последнее время технологии в этом направлении значительно улучшились и продолжают всё больше внедрять различные дистанционные программы по сферам деятельности.

Актуальность темы исследования заключается в том, что дистанционное обучение является одной из современных форм организации учебного процесса, позволяет осуществлять обучение независимо от места проживания студента, а также оперативно реагировать на динамику изменения содержания предметной области путём обновления учебного контента – всё это поможет студентам для будущего профессионального роста

Объектом исследования является технология организации дистанционного обучения.

Предметом исследования является использование дистанционных образовательных технологий (ДОТ) в деятельности колледжа.

Целью исследовательской работы является раскрытие особенностей применения в «Колледже туризма и гостиничного сервиса» дистанционных образовательных технологий на основе разработки и внедрения ЭОС.

Для достижения поставленной цели выявлены следующие **задачи**:

1. проанализировать применение дистанционных образовательных технологий в Колледже туризма;
2. провести анкетирование среди студентов и преподавателей;
3. сделать вывод о проделанной работе.

Гипотеза – разработанный портал дистанционного обучения позволит повысить качество учебного процесса, обеспечит эффективный взаимообмен учебными материалами между участниками образовательного процесса.

При работе над проектом были использованы следующие методы исследования: наблюдение, анкетирование, эксперимент.

1. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ

Дистанционные образовательные технологии – это технологии, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогов.

Существует такое понятие как СДО (система дистанционного обучения), оно помогает нам учиться более продвинутым способом: создавать электронные обучающие занятия по конкретным специальностям и проводить вебинары для обучения, проверять знания за счет различных тестовых заданий, ПОЗ, практических работ.

Достоинства: возможность совмещать учебу и работу – это позволяет студенту получать параллельно знания в теории и практики; организованность – преподаватель выставляет конкретный срок сдачи работы, а студент получает уведомления о том, что срок подходит к концу; экономия времени – многие студенты тратят по несколько часов в день на дорогу в учебное заведение, данное время можно использовать на изучение материала дома.

Недостатки: психологический фактор – за счет того, что дистанционное обучение позволяет иметь более расслабленную обстановку, то соответственно и концентрация во время обучения может сократиться, а может и вовсе пропасть интерес к самостоятельному обучению; интерактивность – преподаватель может провести тренинг ориентированный на работу в команде, при этом теряется связь с каждым студентом в отдельности; отсутствие постоянного контроля со стороны преподавателя.

Система дистанционного обучения позволяет студентам увеличить внеурочное время за счет электронных заданий, что несомненно делает СДО привлекательным вариантом обучения, но стоит учитывать также факторы, которые могут способствовать значительному снижению мотивации студента и его нежеланию учиться.

Итак, изучив главную суть дистанционного обучения, теперь мы можем перейти к новым возможностям СДО: подготовка учащихся с ограниченными возможностями; создание дополнительных курсов в электронной образовательной программе для более углубленного изучения темы или для подтягивания отстающих; формирование навыков работы в интернет-технологиях.

2. ЭОС В «КОЛЛЕДЖЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА»

ЭОС КТГС (Колледж туризма и гостиничного сервиса онлайн) – это электронная образовательная платформа от Колледжа туризма и гостиничного сервиса. В ней собрано всё самое необходимое для студента: личный кабинет студента, отделение колледжа, календарь, курсы.

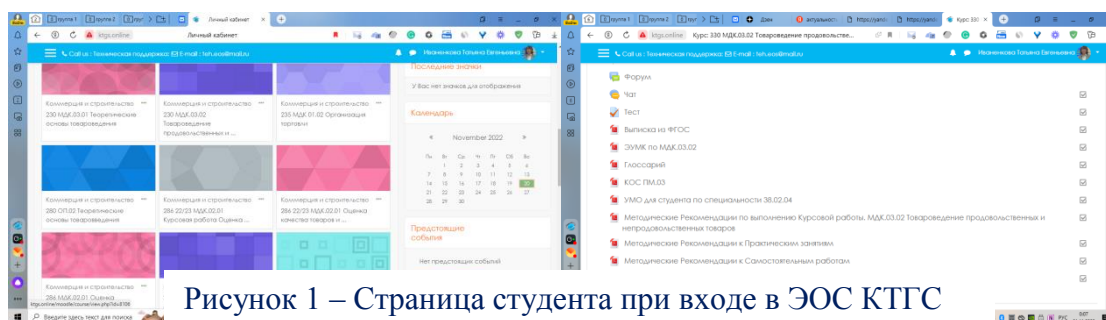


Рисунок 1 – Страница студента при входе в ЭОС КТГС

Достоинства: удобный, простой и минималистичный интерфейс; легкий поиск среди курсов нужных дисциплин и модулей; в шапке курса можно размещать всё самое необходимое: объявления, форум, чат, тесты, вебинары, глоссарий.

Недостатки: иногда сайт зависает из-за чрезмерной нагрузки; нет отдельного приложения, приходится каждый раз авторизовываться на сайте по логину и паролю.

Страница каждого из курсов разбита на занятия, в каждом из которых преподаватель размещает необходимый материал: лекции, презентации, тесты, ссылку на онлайн-конференцию, домашнее задание, самостоятельные и практические работы. Каждое занятие преподаватель может ограничивать как в доступе, так и во времени к доступу.

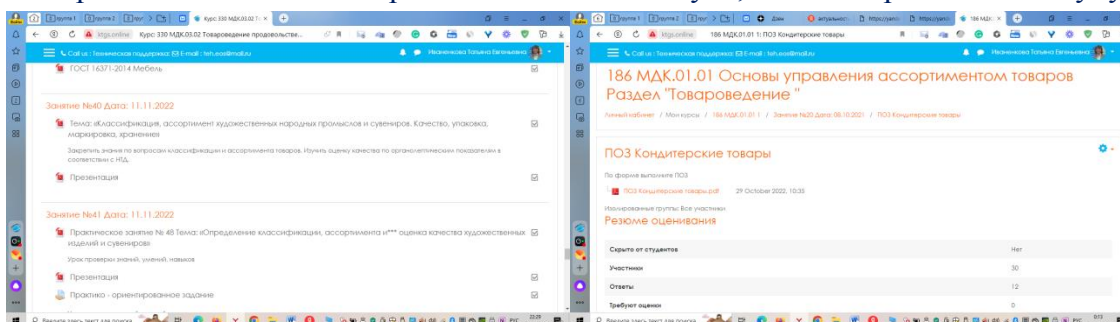


Рисунок 2 – Рабочая страница преподавателя в ЭОС КТГС

3. СФЕРУМ

Информационно-коммуникационная платформа Sferum, разработана ООО Цифровое образование. Платформа предназначена для организации обучения в учебном заведении. Сферум поддерживает все необходимые форматы общения, обучения и обмена информацией. Веб-портал дистанционного обучения имеет три основные группы пользователей: администратор – отвечает за формирование отчетов о работе вебпортала; преподаватель – формирует на портале курсы, контролирует проведение курса, консультирует пользователей по курсу, проводит вебинары; слушатель – обучается на портале, использует элементы коммуникации

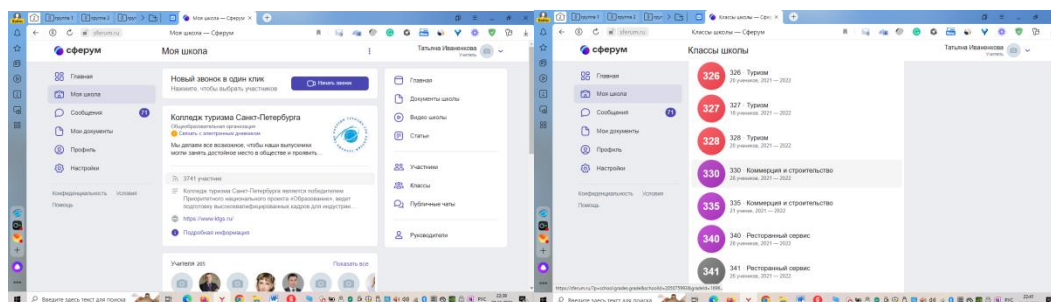


Рисунок 3 – Дистанционная пара на платформе Сферум

Достоинства: лекции проходят по расписанию; платформа работает как в веб-версии, так и в мобильном приложении (VK Мессенджер); учебное заведение может создать свое закрытое сообщество и пригласить исключительно своих студентов.

Недостатки: приложение может открываться достаточно долго, в связи с перегрузкой вебинаров и входящих людей; отдельного приложения "Сферум" нет, есть только вкладка из соединенного приложения "VK Мессенджер".

4. АНКЕТИРОВАНИЕ

Анкетирование было проведено с целью анализа эффективности использования дистанционного обучения, представленных Колледжем туризма и гостиничного сервиса, а также приложения «VK».

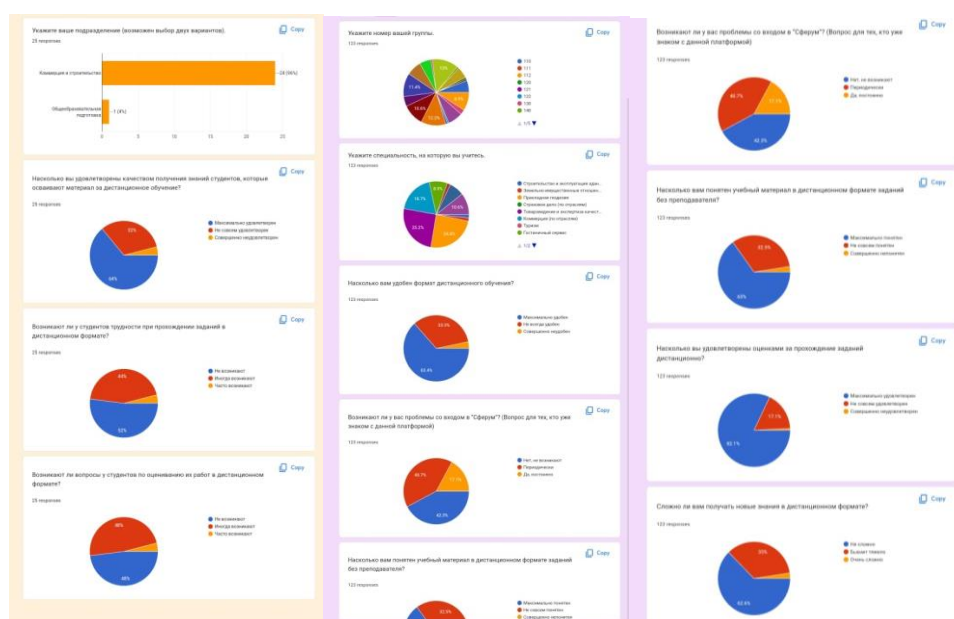


Рисунок 4 – Результаты опроса студентов и преподавателей

В анкетировании приняло участие 123 студента. Наибольшее количество проголосовавших (более 97%) удовлетворены форматом дистанционного обучения, своими оценками и студенты считают, что им несложно получать новые знания в дистанционном формате – это показывает отлично проделанную работу как преподавателя, при создании заданий, так и студента, при выполнении. Однако у 17% студентов возникают проблемы с интернетом.

Так же был создан второй опрос, в котором приняли участие 25 преподавателей. Он включает в себя 3 вопроса.

Большинство преподавателей (96%) удовлетворены качеством знаний студентов, а это означает, что платформа для дистанционного обучения выполняет свою основную функцию – комфорт для студента. У 96% студентов практически не возникают трудности при выполнении заданий и практически никогда не возникают вопросы по оцениванию их работ.

ВЫВОД

Дистанционное обучение эффективно и стремительно внедряется в систему образования. В первую очередь активизации этого процесса способствует развитие интернета и web-технологий, предоставляющих новые возможности в развитии данной формы обучения.

Интернет является одной из важных составляющих обучения, которое помогает развиваться в самых разных направлениях. Дистанционное обучение открывает новые возможности для будущих специалистов.

Список используемой литературы:

- [1]. Журнал "Работа с персоналом", Дистанционное обучение персонала - <https://hr-portal.ru/article/distancionnoe-obuchenie-personala-stoit-li-uhodit-v-onlayn>
- [2]. Хабибулина Э.М., Дистанционное обучение. Основные термины - <https://nsportal.ru/vuz/pedagogicheskie-nauki/library/2011/12/07/distantsionnoe-obuchenieosnovnye-terminy-printsipy-I>
- [3]. Маликова П.М., Использование новых технологий в дистанционном обучении - <https://infourok.ru/ispolzovanie-novyh-tehnologij-v-distancionnom-obuchenii-4319729.html>
- [4]. АО ИД Комсомольская правда, Уроки дистанта. Как все изменилось в обучении - <https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/uroki-distanta/>
- [5]. SK Участник, Платформа Сферум - <https://sferum.ru/>
Колледж туризма Санкт-Петербург, Платформа ЭОС КТГС - <https://www.ktgs.ru/distance-education/>
- [6]. Гозман Л.Я., Шестопал, Е.Б. Дистанционное обучение на пороге XXI века. Ростов – на – Дону: «Мысль», 2016. – 368 с.
- [7]. Голицына, О.Л. Программное обеспечение: Учебное пособие / О.Л. Голицына, Т.Л. Партыка, И.И. Попов.– М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2016.
- [8]. Андреева, Г.М., «Социальная психология». М.: Аспект пресс, 2014.
- [9]. Горева О.М., ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ // Современные наукоемкие технологии. № 12-4. – 2015. - 655-659 с.

СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»

*Студент: Смирнов Михаил
Преподаватель-консультант:
Кугаро Ирина Владимировна*

СПБ ГБПОУ "Сестрорецкий технологический колледж имени С. И. Мосина"

Цель: Выявить, преимущества и недостатки дистанционного обучения по специальности «Гостиничное дело».

Гипотеза: Можно предположить, что дистанционное образование положительно влияет на подготовку специалистов сферы сервиса и услуг.

Методы исследования: эмпирический, обобщение справочной литературы.

В настоящее время в системе общего образования наблюдается тенденция к смене направления образования. Это вызвано большими изменениями в мировой политике и в условиях перехода экономики к информационному обществу. Информатизация пронизывает во все формы обучения. Одним из новых образовательных стандартов становится дистанционное образование. Это объясняется многими факторами такими как рост количества студентов, желающих изучать ту или иную дисциплину и специальность углубленно; очевидность применения дистанционной формы обучения для детей-инвалидов (инклюзивное образование). В этой ситуации дистанционное обучение под руководством опытного преподавателя использующего современные образовательные технологии будет эффективным решением проблем.

Определение возможностей осуществления дистанционного обучения через Интернет позволяет выделить следующие его преимущества:

- возможность обучаться в удобное для себя время, в удобном месте и удобном темпе;
- отсутствие временных рамок освоение дисциплины;
- общение через Интернет с одноклассниками и с преподавателями;
- использование в образовательном процессе современных информационных и телекоммуникационных технологий;
- равные возможности получения образования независимо от места проживания, состояния здоровья, элитарности и материальной обеспеченности обучаемого;
- стимулирование самостоятельности в обучении, умения критически мыслить, учебной мотивации, самодисциплины и ответственности, настойчивости в достижении цели.

Как у любого средства дистанционного обучения, у Интернета есть и свои недостатки:

- ограниченные технические возможности приводят к задержкам в передаче звука, видео и графики;
- дефицит доверия к электронным средствам общения и обучения; слушатели хотят видеть преподавателя и общаться с ним «в живую»;
- успешность обучения частично зависит от технических навыков в управлении компьютером, а не умственных способностей студентов;
- существует целый ряд практических навыков, которые можно получить только при выполнении реальных практических и лабораторных работ;
- отрицательным фактором может быть социальная изолированность;




- недостаток невербальных взаимодействий может препятствовать общению; коммуникационные технологии приводят к изоляции обучаемых, ослабляют контроль со стороны преподавателя.

Опыт проведения дистанционного обучения показывает, что групповой подход к разработке и организации учебного процесса при дистанционном образовании является наиболее рациональным: требуется совместное участие преподавателей, специалистов по разработке учебного материала и использованию разных технологий, экспертов, редакторов, администраторов, технического персонала и прочих специалистов. Как и в любом процессе обучения, в данном случае есть материал, который возможно давать студентам в виде лекций, комбинированных уроков, опросов и проверочных работ.

Ещё одной особенностью дистанционного обучения является преодоление проблем психологического характера как со стороны преподавателя, так и со стороны обучающегося.

При виртуальном обучении преподаватель нередко сталкивается с трудностями психологического порядка. Но не только преподаватель испытывает трудности, обучающийся также сталкивается с рядом проблем: психологический дискомфорт от нахождения в непривычной среде, изолированность от сверстников, желание скрыть истинные чувства. Несмотря на наличие как достоинств, так и недостатков психологические проблемы в процессе дистанционного обучения прочно входят в нашу образовательную практику.

Особенности дистанционного обучения

-  Рациональность группового подхода. Требуется совместное участие преподавателей, специалистов по разработке учебного материала и использованию разных технологий.
-  Материал для изучений дают студентам в виде лекций, комбинированных уроков, опросов и проверочных работ.
-  Преодоление проблем психологического характера как со стороны преподавателя, так и со стороны обучающегося.

Выводы

Дистанционное образование развивается колоссальными темпами, чему способствует и развитие сети Интернет, и рост ее информационных и коммуникационных возможностей. Вместе с тем, необходимо отметить то, что дистанционные технологии, внедряемые в образовательный процесс, требуют более тщательной дидактической проработки, отработки методик усвоения знаний. Без этого невозможно в полной мере оценить эффективность работы обучающего и обучающихся в дистанционной среде.

Система дистанционного образования может и должна занять свое место в системе образования, поскольку при грамотной ее организации она может обеспечить качественное образование, соответствующее требованиям современного общества сегодня и ближайшей перспективе.

Список использованной литературы:

- [1] *Кедровских, Е. А.* Организация дистанционного обучения в современной образовательной реальности / Е. А. Кедровских. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 7 (402). — С. 169-170. — URL: <https://moluch.ru/archive/402/88935/> (дата обращения: 23.11.2022).

ОПТИМИЗАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Студентка: Левина Диана

Преподаватель-консультант:

Синицына Елена Владимировна

ГБПОУ ВО «Владимирский экономико – технологический колледж»

Аннотация: Сфера ресторанного бизнеса переживает революцию - цифровизация меняет бизнес-модели ресторанов. Индустрия ресторанного бизнеса в последние десятилетия претерпела существенные изменения в связи с приходом компьютерных технологий. Для поддержания имиджа ресторана, обеспечения четкости и оперативности обслуживания гостей заведения, владельцы предприятий общественного питания приходят к выводу о необходимости внедрения автоматизированных систем контроля и управления, без которых практически невозможно успешное функционирование предприятия на современном рынке ресторанных услуг.

Цель исследования: изучение новейших цифровых технологий и трендов в ресторанном бизнесе направленных на повышение уровня конкурентоспособности предприятия.

Задачи исследования:

- определить направления цифровизации и оптимизации производственных процессов ресторанного бизнеса;
- исследовать рынок цифровых трендов в России;
- рассмотреть направления цифровизации будущего.

Гипотеза: внедрение в ресторанный бизнес цифровизации помогает заведениям не только оставаться на плаву, но и привлечь новых гостей и увеличить прибыль.

Методы исследования:

- качественный анализ документов;
- анализ веб-сайтов и представительств в социальных сетях;
- экспертные интервью;
- анализ медийного поля;
- включенное наблюдение.

Сегодня людей трудно чем-то удивить и в жизни, и в бизнесе, и в рекламе: всё известно, многое опробовано, что-то уже надоело. Бизнес ищет новые формы, рождает новые проекты, иногда очень необычные. Для решения этих задач необходимо оснащать предприятия общественного питания новейшей техникой, внедрять передовые технологии, автоматизировать производственные процессы, совершенствовать организацию труда и исследовать как рынок, так и социальную сферу жизни людей, проводить опросы и учитывать какие - либо пожелания потребителя. Ресторанные тренды меняются быстро, особенно это связано с введением карантинных мер в разных странах. Если раньше доставка из ресторана была не очень популярна, то сейчас большая часть выручки приходится именно на заказы на доставку и с собой.

Настоящее исследование основано на комбинированном использовании первичных и вторичных данных, относящихся к информатизации ресторанного бизнеса, анализ веб-сайтов в социальных сетях. Для оценки современного состояния информатизации

ресторанной индустрии был проведен анализ экспертных мнений и интервью, анализ медийного поля.

Под влиянием цифровизации происходит существенная трансформация различных отраслей российской экономики. Возникает необходимость создания и внедрения цифровых информационных сред, обеспечивающих оптимальное взаимодействие заинтересованных сторон: представителей федеральных органов исполнительной власти, государственных и частных компаний, потребителей, органов надзора и контроля, потенциальных инвесторов [3].

В частности, информационные технологии приобретают все большее значение для индустрии питания, помогая развивать растущий рынок и обеспечивая достоверность информации для осуществления прогнозирования динамики отдельных сегментов.

Последние события, связанные с угрозой распространения коронавируса COVID-19, выявили особое значение и важность цифровизации экономики и управления предприятиями питания.

Автоматизация ручного труда с использованием роботов. Использование роботов для автоматизации основных рабочих процессов непосредственно при взаимодействии с гостями в ресторане – одна из наиболее революционных и одновременно неоднозначных инноваций. С одной стороны, прогресс в робототехнике в последние годы не вызывает сомнений, и решения в области автоматизации труда официанта уже существуют. Использование роботов рассматривается как возможность значительно сократить издержки, но также обладает маркетинговым потенциалом (эффект новизны) и позволяет привлечь новые целевые сегменты. Использование роботов также позволяет снять проблему выгорания и стрессов обслуживающего персонала. Однако с другой стороны, установки в отношении замены человеческого обслуживания роботами крайне неоднозначны и могут встретить отторжение. Правда, как показывает проведенное на Тайване исследование, при правильном подходе к разработке поведенческих алгоритмов и интерфейса формирование позитивной установки в отношении роботов вполне возможно, особенно если оно подкрепляется высоким качеством обслуживания.

В баре отеля, расположенного в Миссисипи (США) начал работать робот-бармен. У RoboBar две руки, которые способны приготовить до 120 напитков в час. В его памяти хранятся миллиарды комбинаций рецептов коктейлей, гостям предлагается выбор из 140 различных ингредиентов [4]. Руки автомата имитируют действия настоящего бармена. Робот может взбить коктейль и нарезать лимон. Заказать коктейль роботу-миксологу можно с помощью специального приложения на планшетах, которые отель предлагает своим гостям.

Мультиканальность. Тренд последних нескольких лет в ритейле, когда крупные оффлайн магазины переходят на онлайн продажи и наоборот, как это показал Amazon.

Мультиканальность в общественном питании – это тоже комбинация онлайн и оффлайн продаж. Большинство оффлайн заведений, которые уже взяли это на вооружение, эффективно используют свои ресурсы для увеличения продаж, предлагая гостям не только посетить заведение, но и заказать еду на дом, или оформить заказ и забрать его самим. Например, если использовать систему автоматизации работы ресторана Poster, то можно подключить и Poster Shop — полностью интегрированную онлайн-витрину заведения, и начать принимать онлайн-заказы. В Poster можно полностью отслеживать заказ от его принятия с сайта до вручения заказа

клиенту, просматривать статистику по продажам и контролировать работу курьеров [1, с.1138].

Автоматизация и диджитализация. Многие рестораторы делают интеграции с технологиями для оптимизации скорости обслуживания и экономии на оплате труда, т.к. поиски и удержание персонала стали одной из основных проблем на рынке общественного питания. В тренд автоматизации входят планшеты, десктопные системы заказов, киоски самообслуживания и автоматизированные ПО для ресторанов.

Облачные сервисы. Тенденция хранить данные заведения не на собственном сервере в заведении, а в облаке все больше набирает обороты. Рестораторы хотят иметь полный доступ к операционным данным и аналитике из любой точки мира.

Использование мобильных устройств для обслуживания гостей, с каждым годом завоевывает все большую популярность среди рестораторов. Но если мобильными терминалами официанта и электронным меню уже никого не удивишь (во многих ресторанах это уже стандарт обслуживания), то использование планшетных компьютеров в качестве кассовых терминалов — явление довольно новое для рынка.

Кассовые станции на планшетах наиболее актуальны для небольших кафе, в том числе сезонных, точек стритфуда, фудтраков, для которых задачи сокращения затрат на автоматизацию и экономии рабочего пространства стоят особенно остро. В последнее время появились мобильные терминалы для официантов и менеджеров на базе устройств на Android. Программа регистрирует все операции на кассах и предоставляет большой статистический объем информации, на основе которого можно оценить качество работы персонала, определять лучших сотрудников[3].

Варианты приёма электронных чаевых. Сервисы для считывания QR-кода официанта отлично показали себя сервисы типа Cloudtips от банка Тинькофф, Ytips или «Чаевые просто». Вместе с чеком гость получает QR-код официанта, считывает его с помощью смартфона и переходит на страницу, где может ввести сумму чаевых и оплатить любым удобным способом (по карте, ApplePay и GooglePay). Согласно опросам гости отмечают удобство такого подхода.

QR-коды. Являясь уже устоявшимся стандартом маркировки товара, QR-код может размещаться на различных типах поверхности, от упаковок продуктов и блюд до рекламных растяжек, быстро и легко считываться большинством современных мобильных устройств. QR-код может содержать разную информацию: меню, условия доставки, историю ресторана или данные персональных карт лояльности[4].

Есть еще одно практичное применение кодов. К примеру, последняя интеграция Poster с приложением, которое помогает гостям вызывать официанта или запросить счет после сканирования QR-кода. Установленная табличка на каждом столе или наклеенные стикеры на меню позволят посетителям сканировать код с помощью камеры и позвать официанта или попросить счет [2, с.11].

Декан факультета гостеприимства РАНХиГС, президент Федерации рестораторов и отельеров России, бизнесмен Игорь Бухаров считает, что основной общемировой тренд последних лет это - цифровизация отрасли. Внедрение современных технологий влияет и на гастрономическую культуру, и на ресторанный бизнес, и на образ жизни. В России все меняется, наступает эпоха перемен. Цифровые платформы перевернут современный мир.

Таким образом, исследование показывает, что успех в ресторанном бизнесе находится в руках того, кто может удовлетворить спрос и исполнить все желания гостя. С помощью всех вышеприведенных инноваций каждый ресторан сможет выгодно выделяться среди

конкурирующих предприятий, а также будет привлекать большое количество гостей, а значит приносить прибыль. Цифровизация формирует новый рынок, открывает широкие возможности и влияет на будущее ресторанного бизнеса.

Список используемой литературы:

- [1].Рождественская Л.Н., Рогова О.В., Чередниченко Л.Е. Особенности цифровой трансформации предприятий индустрии питания // Креативная экономика. – 2020. – Том 14. – № 6. – С. 1137-1154. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43077417> (дата обращения: 20.11.2022)
- [2].Бацына Я.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 4-1. –С. 10-18. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37222642> (дата обращения: 18.11.2022)
- [3].Restoved.ru :Информационная группа ресторанные ведомости. – Москва, 2000-2022. – URL: <https://restoranoff.ru> (дата обращения: 16.11.2022). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный
- [4].ARBUS: Автоматизация ресторана. – Москва, 2017-2022. –URL: <http://www.arbus.biz/e-menu> (дата обращения: 15.11.2022). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ

Студенты: Большакова Софья,

Гончарова Юлия

Преподаватель-консультант:

Садовская Лера Ильгизовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

На протяжении истории образование менялось вслед за развитием прогресса. Долгое время на рынке труда главенствовали так называемые Hard skills. Это навыки и умения, связанные с конкретной профессией. Сегодня же знания и даже навыки устаревают достаточно быстро. Именно поэтому в последнее время так активно ведется дискуссия о Hard, Soft и Digital навыках, востребованных в различных профессиях. Результаты исследования, проведенного международной стаффинговой группой ANCOR в мае-июне 2021 года на территории России, подтвердили существование разрыва между ожиданиями работодателей, трудоустраивающих выпускников учебных заведений и уровнем сформированности ключевых компетенций у сотрудников[1]. Навыки сотрудников не соответствуют потребностям компаний и новым технологиям. Обзор Hard, Soft и Digital Skills показал, что как работодатели, так и сотрудники наиболее важными считают цифровые навыки и Soft Skills. В связи со сложившейся ситуацией на рынке труда первостепенной задачей учебных заведений России является формирование высокого уровня этих навыков у выпускников с целью повышения их конкурентоспособности.

Существенной особенностью 2019-2022 г.г. является перенос большинства совместных проектов в он-лайн формат, который не ограничивает географию участников границами государств и предполагает знание иностранного языка как основного средства коммуникации. В связи с этим очевидна насущная потребность общества в высокопрофессиональной подготовке студентов, владеющих иностранным языком. Особенно это важно для сферы туризма, сервиса и услуг. Поэтому рассмотрим, как потенциал дисциплины «Иностранный язык», размещенный на ЭОС Колледжа Туризма Санкт-Петербурга может быть использован в повышении успешности трудоустройства выпускников СПО посредством эффективного формирования как гибких навыков (soft skills), так и цифровых умений.

Для начала, мы выясним, какие требования к дистанционному курсу и его цифровым инструментам выдвигают сами участники образовательного процесса: преподаватели и обучающиеся. Нами проведена исследовательская работа по выявлению новых возможностей подготовки специалистов сферы сервиса и услуг при использовании конструкторов интерактивных заданий, интегрированных в ЭОС Колледжа Туризма (ktgs.online).

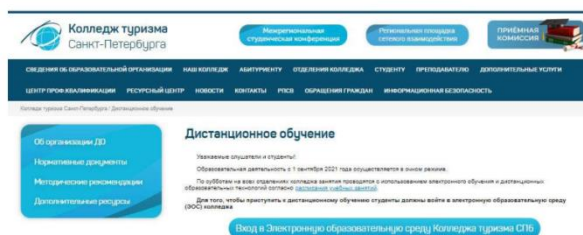
Гипотеза исследования - требованиями к цифровым инструментам успешного профессионального обучения специалистов сферы сервиса и услуг являются: доступность инструмента, интуитивность интерфейса, предоставление возможности участия в смешанном формате уроков, разнообразие форм интерактивных заданий, разнообразие форм предоставления результатов работы студентов, возможность быстрого оценивания выполнения задания и корректировки обучения, наличие обратной связи преподавателя и студента.

В ходе исследования были поставлены задачи определить с помощью социологического опроса предпочтения студентов и преподавателей в выборе заданий на ЭОС, какие критерии эффективности дистанционного курса для них наиболее важны, как задания дистанционного курса способствуют формированию цифровых и гибких навыков у обучающихся отделения «Туризм» в Колледже Туризма Санкт-Петербурга (см.рис.1).

Требования к цифровым инструментам профессионального обучения специалистов сферы сервиса и услуг

* Обязательно

Дистанционное обучение - новые возможности подготовки специалистов сферы сервиса и услуг



1. Для успешной профессиональной подготовки специалистов сферы сервиса и услуг курс дистанционного обучения должен иметь (отметьте все, что считаете нужным или добавьте свой вариант)



- Доступность цифрового инструмента с компьютера и телефона
- Простоту и интуитивность интерфейса
- Предоставление возможности участия в смешанном формате уроков
- Разнообразие форм интерактивных заданий
- Разнообразие форм предоставления результатов работы студентов
- Возможность быстрого оценивания выполнения задания и корректировки обучения
- Наличие обратной связи
- Вариант 8

Рисунок 1 Социологический опрос преподавателей и обучающихся отделения «Туризм» Самым важным для 90% опрошенных стала доступность ЭОС и ее инструментов, затем (80%) простота и интуитивность интерфейса платформы и заданий, (73%) наличие обратной связи, (69%) разнообразие форм интерактивных заданий, (61%) возможность быстрого оценивания выполнения задания и корректировки обучения(см. рис. 2).

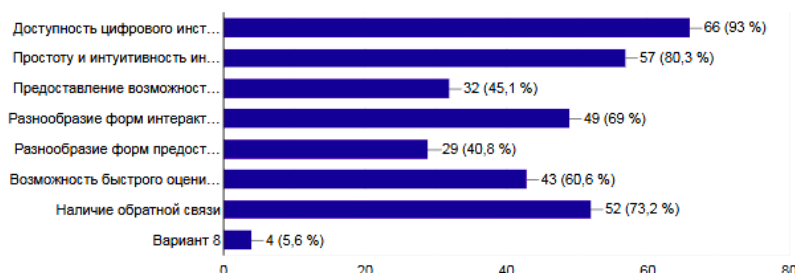


Рисунок 2 Ответы на вопрос №1

Самыми активными участниками опроса стали преподаватели и обучающиеся 4 курса(см. рис. 3).

Отметьте, пожалуйста, Вы студент или преподаватель

71 ответ

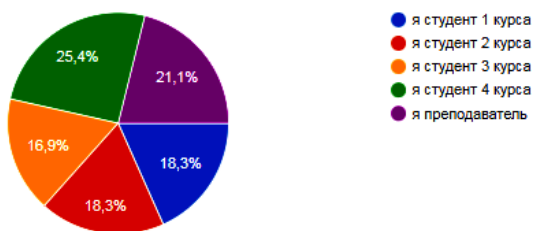


Рисунок 3 Респонденты опроса

Анализ интерактивных заданий конструкторов(Quizlet.com, Wordwall.net, Quizziz.com, Lerningapps.org, Padlet.com, Google.com/Google Earth), интегрированных в курс ОП.02

«Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации» ЭОС Колледжа Туризма продемонстрировал прекрасные возможности совершенствования навыков использования многообразных цифровых инструментов.

Благодаря интерактивным заданиям обучающиеся могут проверить и закрепить свои знания в игровой форме, а это способствует формированию их познавательного интереса к учебной дисциплине. Так как 90% поступающей информации, воспринимаемой людьми аудиовизуальная, то возможность размещения видео и аудиофайлов в дистанционном курсе создает идеальные предпосылки для изучения иностранного языка. Это безусловно открывает дополнительные возможности для профессионального роста специалистов в сфере туризма, сфере сервиса и услуг.

Результаты нашего исследования доказывают, что дистанционное образование формирует так называемые Hard Skills (профессиональные, предметные, цифровые).

А как же обстоит дело с гибкими навыками? Возможно ли развивать их при организации дистанционного обучения? Как оказалось, ответ положительный!

При выполнении совместных проектов с помощью Сферум, Padlet.com, Google.com студенты учатся взаимодействовать друг с другом в ходе обучения говорению на иностранном языке. Происходит развитие целого ряда компетенций: предметные компетенции, социальные и личностные. Успешно формируются следующие гибкие навыки: открытость по отношению к другим и умение выслушать, грамотная речь, умение отбирать и применять нужную информацию, умение сформулировать свою позицию, умение аргументировать и отстаивать свою точку зрения, умение критически оценивать информацию, умение устанавливать причинно-следственные связи, умение выделять главное, видеть взаимосвязь различных компонентов, умение делать выводы, умение собирать необходимую информацию по теме проекта, используя для этого несколько источников, умение определить, какой информации не хватает для четкого понимания ситуации, умение систематизировать собранную информацию, умение сотрудничать, умение оценить себя, свою работу, используя разные основания и критерии для оценки.

Таким образом, проведенное нами исследование подтверждает, что дистанционное обучение раскрывает новые возможности подготовки специалистов сферы сервиса и услуг.

Список используемой литературы:

- [1] *ANCOR*, Навыки глазами сотрудников и руководителей, 11.08.2021-
<https://ancor.ru/press/research/navyki-glazami-sotrudnikov-i-rukovoditeley/>
- [2] *Зеер Э.Ф.*, Идентификация универсальных компетенций выпускников работодателем // Высшее образование в России.–2007. - №11–С. 4
- [3] Бек Дж., Уэйд М., Доигрались! Как поколение геймеров навсегда меняет бизнес среду / Пер. с англ. А. Орешкина; Предисл. и науч. ред. А. Германа. М.: Претекс, 2006
- [4] *Томюк О.Н., Дьячкова А.В., Киселева Н. А., Камка С.В., Николенко О.И.* , Глобальные тренды системы образования высокорейтинговых стран по версии PISA-2018 // Перспективы науки и образования. 2022. № 1 (55). С. 10-24. doi: 10.32744/pse.2022.1.1
- [5] *Яковлева О.В., Куликова С.С.*, Образовательное поведение и агентность студентов в персонализированном цифровой обучении // Перспективы науки и образования. 2022. № 4 (58). С. 160-172. doi: 10.32744/pse.2022.4.10
- [6] Design-based research: What it is and why it matters to studying online learning, *Christopher Hoadley*, Technology, Pedagogy and Education, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00461520.2022.2079128>

ЧЕТВЕРТЫЙ РАЗДЕЛ «ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО И НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА И УСЛУГ»

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЁНОЙ ЛОГИСТИКИ» В РОССИИ

*Студентка: Гульвиченко Виктория
Преподаватель-консультант:
Комлева Ольга Георгиевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Цель: определить основные принципы «зелёной» логистики и выделить перспективные направления по внедрению «зелёных» технологий на предприятиях России.

Задачи:

- Выявить экологические инициативы в логистике;
- Осветить деятельность российских компаний по продвижению экологических принципов развития бизнеса;
- Определить трудности и направления развития экологической логистики в стране.

Гипотеза: проводимый в России проект «Зелёная логистика» играет важную роль в экологических инновациях.

Методы исследования обусловлены характером изучаемой совокупности и включают в себя анализ, системный подход, контент-анализ.

Актуальность: проблема экологии в настоящее время является одной из важнейших, и для её решения государство проводит политику по снижению экологического ущерба от деятельности организаций, в том числе логистических компаний. Такая политика называется «Зелёной логистикой», её концепция строится на применении прогрессивных технологий и современного оборудования с целью минимизации загрязнений и увеличения эффективности использования логистических ресурсов.

В России экологические инициативы в логистике и экономике не так распространены, как на Западе, однако, устойчивое развитие коммерческой деятельности, основанное на ESG-принципах (environmental, social, governance) то есть, вовлечении компаний в экологические, социальные и управленческие проблемы, становятся всё популярнее.

В свою очередь существует, так называемый, ESG-рейтинг, где каждая из трех составляющих E, S и G содержит показатели, по которым рейтинговым агентством оцениваются экологические и социальные риски бизнеса, а также риски корпоративного управления в компании.

Е-сектор:

- влияние компании на климат планеты (выбросы углерода в атмосферу)
- использование природных ресурсов (загрязнение водных источников, негативное воздействие на флору и фауну)
- загрязнение окружающей среды (токсичные и радиационные отходы, использование химически вредных упаковок для продукции)

- использование «зелёных» технологий (энергия из возобновляемых источников, восстановление территории деятельности компании)

S-сектор:

- отношение к персоналу (охрана труда, здоровья, карьерные возможности, условия работы)
- ответственность при производстве продукции (качество продукции, безопасность данных, надёжность, ответственные инвестиции)
- социальные преимущества (обеспечение общения персонала, финансовые программы помощи, дополнительное страхование здоровья сотрудников, обеспечение питания)

G-сектор:

- управление компанией (состав совета директоров, независимый аудит, открытость компании для акционеров)
- линия поведения компании (корпоративная этика, прозрачность в налоговой сфере, отсутствие коррупции, честная конкуренция на рынке) [2]

Одна из организаций, активно использующих ESG-принципы в России — технологический гигант ПАО «СберБанк». Так, при выдаче кредитов банк учитывает ESG-рейтинг организации. И уже с начала 2021 года «СберБанк» выдал «зеленых» кредитов на сумму 52 миллиардов, в том числе логистическим и добывающим компаниям.

Кроме того треть крупнейших банков страны уже внедрила в кредитный процесс ESG – оценку компаний, ещё 20% планируют. Это значит, что банки будут тестировать каждого заёмщика на соблюдение принципов устойчивого развития, в том числе, насколько компания заботится об окружающей среде и как пытается сократить ущерб, который наносится экологии.

Что касается самих бизнесов, то одним из первопроходцев в экологичной логистике стала компания экспресс-доставки DHL. Она продвигает инициативы по снижению углеродного следа, пересматривая привычные логистические процессы. Так, 86% электричества производится в компании из возобновляемых энергоресурсов, а электрокары проехали более 100 млн. км «последней мили» доставки. [5]

Российские компании, имеющие намерения стать «зелеными» и социально ответственными, сталкиваются с рядом трудностей, ведь экологическая логистика в нашей стране только начинает набирать обороты:

Высокий уровень затрат. Минимизация вреда окружающей среде напрямую связана с затратными исследованиями и необходимостью покупки экологоохранного оборудования, стоимость которого отпугнет даже самых социально ответственных предпринимателей;

Низкий уровень предложения рынка. Кроме того, если и находятся желающие принести в жертву огромные суммы денег ради заботы об окружающей среде, то отечественный рынок не во всех случаях может удовлетворить запросы на те или иные агрегаты и топливо;

Отсутствие опыта применения принципов «зеленой» логистики в России;

Существенный дефицит профессионалов в данной сфере.

Опираясь на вышеперечисленные обстоятельства, можно понять, почему в России «зеленых», социально ответственных компаний насчитываются лишь единицы. Однако те, которые предпринимают меры по снижению уровня наносимого вреда, даже в таких сложных условиях, могут существенным образом поднять свою репутацию в глазах общественности. [3].

Одной из таких компания является ПАО «Газпром нефть», которая провела испытания первого бескабинного беспилотного КамАЗа, работающего на электродвигателе. Модель «Челнок» оснащена искусственным интеллектом, который обеспечивает автономную работу грузовика, считывая данные со специальных датчиков на кузове — лидаров и камер машинного зрения, сообщает компания. «Челнок» способен перевозить грузы весом до 10 т. Без подзарядки он может проезжать 50 км. За счет особенностей конструкции, загрузка может производиться с любой стороны кузова. Маневренность беспилотника обеспечивается возможностью поворота, как передней, так и задней осей электромобиля, отмечается в сообщении компании. Бескабинный электрогрузовик в ближайшем будущем будет использоваться на складах и промышленных объектах, что повысит скорость работы и сократит издержки, в том числе на топливо. [4]

Помимо ПАО «Газпром нефть», политику государства в сфере экологии активно поддерживает ОАО «РЖД». В основе деятельности компании по снижению воздействия на климат лежат положения Экологической стратегии ОАО «РЖД» на период до 2025 года и на перспективу до 2030 года, а также Климатической доктрины Российской Федерации.

В рамках реализации Экологической стратегии ОАО «РЖД» выбросы вредных веществ в атмосферный воздух от стационарных источников в 2020 году снизились на 13 % к предыдущему году.

Для защиты от шума и снижения выбросов в атмосферу в населенных пунктах Компания составляет шумовые карты, на основании которых можно будет ранжировать риски шумового воздействия и разрабатывать первоочередные мероприятия по их устранению. ОАО «РЖД» на постоянной основе осуществляет поиск инновационных решений по снижению уровня шума. Этому способствуют:

- укладка бесстыкового пути;
- шлифовка рельс и стрелочных переводов;
- замена стрелочных переводов;
- укладка амортизирующих прокладок;
- алюминотермитная сварка рельс;
- строительство шумозащитных экранов в рамках проведения работ по комплексной реконструкции и строительству железных дорог.

Большое внимание компания уделяет сохранению биоразнообразия на полосах отвода железных дорог, в районе станций и вокзалов. В местах, где животные часто выходят на железнодорожный путь, применяется светоотражающая лента, организуются совместные обходы с приглашением представителей лесничеств и участков охотничьих хозяйств. [1]

Заключение: Подводя итог, нужно сказать, что по исследованиям учёных из НИУ ВШЭ лишь 18.5% крупнейших российских компаний заявляют в своих миссиях, что занимаются вопросами экологии. Конечно, экономический кризис внёс свои коррективы в планы по сохранению экологии, однако «зеленое» направление развития остаётся по-прежнему важной составляющей бизнеса. Примером тому служат российские экономические гиганты, такие как ПАО «Газпром», ПАО «СберБанк» и АО «РЖД», которые активно поддерживают эту политику и продвигают её. И возможное переориентирование экономического партнёрства с европейского на азиатский рынок, не отменяет этой важности. Китай активно задаёт тренды в «зелёной» энергетике. Инвесторы сегодня осознанно подходят к выбору компаний, уделяя внимание тому, как они

соответствуют принципам устойчивого развития в экологической, социальной и экономической сферах.

На данный момент в мире складывается очень напряженная ситуация с проблемой экологии. Все страны в большей или меньшей степени прилагают усилия по сохранению окружающей среды. И уже сегодня поиск путей решения проблем экологической безопасности становится реальной неизбежностью.

Список используемой литературы:

- [1] *Годовой отчет ОАО «РЖД»: Охрана окружающей среды.* - <https://ar2020.rzd.ru/ru/sustainabledevelopment/environmentalprotection#:~:text=B%20рамках%20реализации%20Экологической%20стратегии>, (дата обращения 19.11.2022) – Текст: электронный
- [2] *Башин А.*, ESG-рейтинг: что это и почему об этом нужно думать уже "вчера" и не только корпорациям, но и StartUp? - <https://vc.ru/u/262310-andrey-bashin/305973-esg-reyting-cto-eto-i-pochemu-ob-etom-nuzhno-dumat-uzhe-vchera-i-ne-tolko-korporaciyam-no-i-startup> (дата обращения 19.11.2022) – Текст: электронный
- [3] *Капустина*, «Зеленые» технологии в логистической деятельности // Известия УрГЭУ. 2016. №2 (64). UR- <https://cyberleninka.ru/article/n/zelenye-tehnologii-v-logisticheskoy-deyatelnosti/viewer> (дата обращения 16.11.2022)
- [4] *Каримова К.*, канал РБК Инвестиции.- <https://quote.rbc.ru/news/article/5fe4a9309a79477f7c438085> (дата обращения 17.11.2022) – Текст: электронный
- [5] *Ненейвода Е.*, канал РБК Тренды, Как развивается «зеленая» логистика в России. - <https://trends.rbc.ru/trends/green/62b163609a79478f636eebeb> (дата обращения 19.11.2022) – Текст: электронный

ЭВОЛЮЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

Студентка: Богданова Анастасия

Преподаватель-консультант:

Петрова Наталья Владимировна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Гипотеза: Мы считаем, что за последние несколько лет объем масштабов электронной коммерции рос особенно быстрыми темпами, что позитивно сказывается на росте качества жизни населения и позволяет предприятиям наращивать свои конкурентные преимущества даже в условиях ограниченных маркетинговых бюджетов

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях цифровизации наблюдается бурный рост электронной торговли. Это предполагает необходимость совершенствования цифровых технологий, разработки интернет-платформ, настройки каналов сбыта и инструментов интернет-маркетинга для продвижения на онлайн-рынке с целью получения запланированной прибыли.

Предмет исследования – организационно-управленческие отношения и процессы, возникающие у предприятий, работающих в сфере онлайн-маркетинга и электронной коммерции.

Цель исследования – обоснование роли и места электронной коммерции в условиях цифровизации, а также анализ состояния рынка электронной коммерции в современных условиях.

Анализ масштабов электронной коммерции показал, что в последние годы российский рынок интернет-торговли рос в среднем на 29% в год, достигнув к 2020 г. 2,06 трлн руб. в суммарном объеме.

Аналитики Российской ассоциации электронных коммуникаций отмечают, что принятие национальной программ «Цифровая экономика Российской Федерации» способствовало стремительному развитию цифровой экономики, что позитивно сказывается на росте качества жизни, ведения бизнеса и предоставления государственных услуг. Оценивая вклад цифровой экономики в ВВП России в 3,9% в 2021 году (+11% относительно 2020 года), стоит обратить внимание на то, что 19% от ВВП формируют интернет-зависимые рынки.

Начавшаяся в декабре 2019 г. пандемия коронавируса способствовала структурной перестройке рынка, кардинально изменив условия работы для розничной торговли в офлайн и в онлайн-секторе. Беспрецедентные меры и карантинные ограничения, введенные для сдерживания распространения коронавируса, способствовали перераспределению потребительского спроса в онлайн-сектор и существенному увеличению количества заказов потребительских товаров через интернет. Традиционные потребительские рынки, будучи подвержены глубоким структурным трансформациям, связанным с усилением влияния интернет-технологий, стали в большей мере относиться к интернет-зависимым рынкам.

На российском рынке интернет-торговли сохраняется высокий уровень конкуренции, растущий благодаря приходу инвесторов из других отраслей. Наряду с крупнейшими национальными (Wildberries, МВидео, Эльдorado) и международными (китайский Alibaba, американские Amazon, eBay, британский Asos) компаниями на российском рынке работают десятки тысяч небольших онлайн-магазинов. Наличие

большого количества участников рынка позволяет сохранять высокую конкуренцию и широкий товарный ассортимент для потребителей. Однако, как показывает опыт других стран, по мере развития отрасли, интернет-торговля обычно консолидируется, а лидеры рынка постепенно увеличивают свой отрыв от конкурентов. Российский рынок развивается схожим образом. В частности, в 2021 г. крупные компании-лидеры в своих сегментах, такие как Wildberries, МВидео, Эльдorado, Озон показали темпы роста выручки значительно выше среднерыночных значений.

Стратегии развития крупнейших интернет-компаний основываются на формировании альянсов с сильными национальными участниками рынка (банками, телекоммуникационными компаниями) и ставке на дальнейший опережающий рост.

В этой связи следует выделить необходимые инструменты управления электронной коммерцией в современных условиях:

- исследование деятельности конкурентов, целевых потребителей, конъюнктуры рынка;
- совершенствование товарной политики интернет-платформы и выбор действенных инструментов продвижения в интернете;
- рыночное ценообразование в соответствии с запросами целевой аудитории интернет-платформы;
- оптимизация распределения и реализации товаров и услуг;
- расширение использования электронных платежных систем (QIWI, Яндекс.Деньги, WebMoney, PayPal).

Комплексное использование вышеперечисленных инструментов управления электронной коммерцией, присутствие в онлайн-пространстве позволит предприятиям наращивать свои конкурентные преимущества даже в условиях ограниченных маркетинговых бюджетов. В большинстве случаев предприятия оценивают результативность принимаемых управленческих решений в области электронной коммерции по косвенным показателям, таким как общий уровень посещаемости интернет-платформ; снижение стоимости привлечения клиента; увеличение объема выручки.

При этом развитие электронной коммерции в условиях цифровизации не учитывается результативность по отдельным видам интернет-платформ и маркетинговым инструментам.

В частности, крупные компании из смежных секторов в 2019–2021 гг. начали активно инвестировать в онлайн-торговлю или создавать совместные предприятия с действующими интернет-компаниями. Быстрое изменение корпоративной структуры отрасли, а также активизация сделок слияний и поглощений указывают на высокую инвестиционную привлекательность российского сегмента интернет-торговли. Однако важным фактором привлечения инвестиций в среднесрочной перспективе является сохранение благоприятных условий регулирования и стабильность налоговых параметров.

Более крупные участники рынка получают все большую экономию от масштаба и могут предложить своим покупателям два основных преимущества – широкий ассортимент товаров и доступные цены на них. С точки зрения обеспечения логистики крупные компании также могут усилить свои конкурентные позиции. Динамика объема продаж в крупнейших онлайн-магазинах приведена в таблице.

Таблица 1 – Динамика объема продаж в крупнейших онлайн-магазинах, млрд руб.

Наименование онлайн-магазинов	2017	2018	2019	2020	2021
Yandex.Market	-	-	104	44	200
Alibaba	-	-	88	150	180
Wildberries	29	38	69	119	224
М-Видео	17	22	53	85	144
Озон	12	14	19	34	81
Lamoda	17	24	27	30	38
Amazon	10	13	16	21	20

Оценивая перспективы развития электронной торговли в ближайшие годы следует отметить, что пандемия COVID-19 привела к изменению моделей потребительского поведения и оказала существенное влияние на структуру потребления. Применение практики социального дистанцирования, введение карантина и других мер противодействия пандемии COVID-19 привели к резкому увеличению объема электронной коммерции, т.к. потребители стали чаще совершать покупки онлайн, особенно предметов первой необходимости, продуктов питания, товаров для дома и лекарственных средств. Учитывая ключевую роль электронной торговли в условиях «экономики социального дистанцирования», следует отметить важность развития цифровых технологий и преодоления цифрового разрыва. В данном контексте необходимо продолжать исследования, посвященные развитию электронной коммерции, интернет-маркетинга, сокращению цифрового разрыва, а также интеграции малых и средних предприятий в глобальное интернет-пространство. Тренды в российском сегменте электронной торговли, появление которых было обусловлено «экономикой социального дистанцирования», открыли перед предприятиями, работающими в сфере онлайн-маркетинга и электронной коммерции, большие возможности для расширения своей рыночной ниши, роста объемов продаж и прибыли.

Будущее рынка стоит за e-commerce и спрос продолжит расти. По данным Nasdaq, к 2040 году до 95% всех покупок будут совершаться в интернете.

Среди глобальных трендов в развитии электронной торговли стоит выделить:

1. Осознанное потребление (экологичные перерабатываемые товары в противовес одноразовым);
2. Бесшовный (омниканальный) шопинг;
3. Внедрение дополненной и виртуальной реальности;
4. «Невидимые» платежи и оплата по лицу.

Другими словами, магазины стремятся сделать процесс покупки не только максимально быстрым и комфортным, но еще и увлекательным. Это, помимо прочего, становится вызовом для классического маркетинга.

Электронная торговля берет курс на персонализацию: за счет «умного» поиска и подбора товаров, персональных рекомендаций, онлайн-стилистов и прочих инструментов. ИИ сможет анализировать все ваши покупки и предпочтения, составляя личные рекомендации с учетом ваших особенностей. Продуктовые сети уже реализуют подбор товаров на основе генетического теста и базовых медицинских показателей.

Список используемой литературы:

Для книг:

- [1] Ешугова С.К., Хамирзова С.К., Развитие электронной коммерции в условиях цифровизации. М.: Новые технологии, 2018.
- [2] Костин К.Б., Субоч А.Н. Современные бизнес-модели электронной коммерции // Вопросы инновационной экономики/ Отв. ред. С.Л. Катречко. М.: Полиграф-Информ – 2020. С 21—27.

Для материалов из INTERNET:

- [3] Ермакова М., Почему электронная коммерция набирает обороты в России. – <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2022/07/22/932534-tsentr-prityazheniya>
- [4] Блог «ADVANIA», Электронная коммерция в 2021 году. Как пандемия влияет на онлайн-рынок? – <https://vc.ru/trade/243482-elektronnaya-kommerciya-v-2021-godu-kak-pandemiya-vliyaet-na-onlayn-rynok>

Для материалов из INTERNET:

- [5] Зуйкова А., Индустрия 4.0. Что такое e-commerce и как устроена онлайн-торговля. – <https://trends.rbc.ru/trends/industry/607fe4549a7947027eaffbe6>

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ СИНТЕТИЧЕСКИЕ ДЕРЕВЬЯ

Студентки: Гоман Александра, Семенова Анастасия

Преподаватель-консультант:

Королева Анастасия Валерьевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Цель: Ознакомить людей с инновацией «синтетические деревья». Объяснить и доказать, почему синтетические деревья - рентабельный проект и вполне может заменить обычные деревья

Гипотеза: Синтетические деревья могут заменить настоящие деревья и облегчить их переработку углекислого газа.

Методы исследования:

- Анализ;
- Опрос;
- Наблюдение;
- Сравнение;

Синтетическое дерево, которое в настоящее время проходит испытания в качестве прототипа, улавливает углерод примерно в 1000 раз быстрее, чем настоящее дерево.

В синтетическом дереве используются пластиковые листья, которые улавливают углекислый газ в камере. Затем углекислый газ сжимается до жидкой формы. Дерево улавливает углерод без необходимости прямого солнечного света, а это означает, что, в отличие от традиционных деревьев, синтетические деревья можно хранить в закрытых помещениях, таких как сараи, использовать где угодно и перевозить с одного места на другое независимо от условий.

Лакнер говорит, что собранный CO₂ можно использовать для создания топлива для реактивных двигателей и автомобилей, которые являются основными источниками выбросов углерода.

Каждое синтетическое дерево может собирать около 90 000 тонн углерода в год.

Научное сообщество в основном считает, что климатическая проблема, хотя и серьезная, не является ни безнадежной, ни неразрешимой. Они говорят, что мы все еще можем предотвратить худшее из прогнозируемых последствий, хотя время имеет существенное значение. Многие опасаются, что его все больше не хватает, учитывая, что глобальные температуры растут, а суровые погодные явления увеличиваются даже быстрее, чем прогнозировали климатологи ранее.

По сути, это был миниатюрный прототип «искусственного дерева». Настоящие деревья, как мы учим на уроках биологии, вдыхают углекислый газ и выдыхают кислород.

Искусственное дерево, разработанное Лакнером и Райтом, также будет пассивно стоять на ветру, как дерево. Но он будет удалять CO₂ из воздуха быстрее и на гораздо более высоких уровнях, чем может достичь естественный фотосинтез. Исследователи предполагают создание «лесов» из этих улавливающих углерод деревьев для удаления углерода из атмосферы. Затем CO₂ будет выделяться слабым потоком воды, либо для промышленного использования.

Эти устройства, по словам Лакнера, будут примерно такими же по размеру и средней стоимости производства, как автомобиль, и будут собирать из воздуха около одной тонны углерода в день — эквивалент парниковых газов, производимых 36

автомобилями в день. По его оценкам, десять миллионов этих искусственных деревьев будут поглощать около 12 процентов углекислого газа, который люди ежегодно добавляют в атмосферу.

Существующие методы очистки от углекислого газа, выделяемого стационарными источниками, такими как дымовые трубы электростанций, остаются дорогими и малоиспользуемыми, а очистка выбросов остается лишь половиной проблемы «улавливания» углерода. На электростанции приходится около 41 процента глобальных антропогенных выбросов углерода, при этом большая часть остального производится мобильными источниками — в основном автомобилями, грузовиками и самолетами.

Технология «синтетического дерева» — одна из первых, способных удалять выбросы углерода из воздуха автомобилями.

Так же группа китайских материаловедов получила материал, внешне и на уровне микроскопической структуры напоминающий дерево, сопоставимый с ним по прочности, но гораздо более устойчивый к воздействию высоких температур и кислот.

Ряд синтетических материалов на основе древесины получают, вводя в целлюлозный каркас синтетические полимеры. Такие материалы, как правило, бывают прочными и легко обрабатываются; их также ценят за способность разлагаться в почве, не нанося вреда окружающей среде. Однако такие материалы, как и натуральное дерево, боятся огня, воды и агрессивных сред.

Существуют и материалы, имитирующие структуру древесины, но полностью состоящие из синтетических компонентов — в основном жаропрочной керамики; однако способы придания этим материалам структуры дерева (3D-печать или литье по технологии холодного отверждения, freeze casting) с трудом масштабируются и довольно дороги. Поэтому, хотя керамика с «древесной» структурой очень хорошо проявляет себя в тестах, массовое производство таких материалов пока остается делом будущего.

Новый композитный материал представляет собой синтетический полимер резол со структурой, во многом схожей со структурой лигнина; при комнатной температуре резол кристаллизуется на полимерной матрице, связывается с рядом других синтетических компонентов и образует структуру, сходную с микроструктурой древесины; меняя набор вспомогательных компонентов, можно менять цвет и другие свойства готового материала.

В результате получаются легкие материалы, прочностью и упругостью не уступающие промышленным породам дерева, но не воспламеняющиеся даже при контакте с огнем, а также менее подвержены коррозии, в том числе при непосредственном контакте с сильными кислотами.

Так зачем использовать искусственные деревья, когда вокруг нас есть настоящие? Деревья естественным образом улавливают углекислый газ и в сочетании с солнечной энергией создают углеводы в процессе, известном нам как фотосинтез. Они делают это довольно эффективно; проблема в том, что они не делают этого достаточно быстро или в достаточно больших объемах, чтобы в одиночку вытащить нас всех из этой климатической катастрофы. Вот тут-то и появляются искусственные деревья: так же, как автомобиль быстрее и мощнее лошади (по сути, выполняя ту же задачу), искусственные деревья собирают CO₂, когда воздух проходит над их нитевидными «листьями», а также угарный газ (превращаясь в чистое синтетическое топливо вместо углеводов) и высвобождают кислород.

Вывод: В ходе исследовательской работы над проектом, мы пришли к выводу, что идея с использованием синтетических деревьев будет рентабельна, несмотря на трудности внедрения на российский рынок и высокую стоимость технологии.

Список используемой литературы:

- [1] *John Brandon*, Synthetic Tree Soaks Up Carbon 1000x Faster Than the Real Thing, 24.06.2009. [Электронный ресурс] URL: <https://www.popsi.com/environment/article/2009-06/installing-plastic-trees-help-environment/?amp>
- [2] 'Artificial trees' as a carbon capture alternative to geoengineering, 13.02.2013. [Электронный ресурс] URL: <https://yaleclimateconnections.org/2013/02/artificial-trees-as-a-carbon-capture-alternative-to-geoengineering/>
- [3] *Heather Arndt Anderson*, Artificial Trees Could Save Us All, 22.01.2020. [Электронный ресурс] URL: <https://www.sunset.com/home-garden/green-living/artificial-trees-could-save-us-from-climate-change>

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕГИОНА

*Студентка: Коптелова Полина
Преподаватель-консультант:
Савинкина Нелли Александровна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

За последние годы развития маркетинговых технологий все большее внимание стали уделять таким инструментам, которые способны повысить продажи, увеличить узнаваемость брендов за счет эффективного психологического воздействия на потребителей и их поведение. К таким инструментам относится мерчендайзинг, потому и его развитие в современном мире очень важно для сферы торговли.

Мерчендайзинг – важнейший инструмент, использующийся в продвижении товаров и брендов на розничных торговых предприятиях. Оценка эффективности применения такой технологии, как мерчендайзинг в современных розничных торговых сетях, а также выявление главных проблем при использовании системы продвижения товаров является основой торговой стратегии ООО «Лента».

Целью исследования является изучение системы мерчендайзинга на ООО «Лента», а также анализ инструментов маркетинговой методики продаж, как средства продвижения товаров как инструмент совершенствования торговой деятельности.

Основные задачи исследования:

- 1 изучить сущность и функции мерчендайзинга, понять его главную роль в современных рыночных условиях;
- 2 выявить основные проблемы и факторы, влияющие на эффективность использования системы;
- 3 изучить применение мерчендайзинга в розничной торговле на примере ООО «Лента» в г. Санкт-Петербург;
- 4 сформировать рекомендации по улучшению комплекса методов продвижения товаров ООО Лента.

Объектом исследования является магазин «Лента» в г. Санкт-Петербург по адресу ул. Савушкина, 112.

Предмет исследования: процесс восприятия потребителями различных методов продвижения товаров магазина.

Методы исследования: анкетирование, анализ, сравнение и обобщение результатов.

Практической значимостью исследования является характеристика и анализ деятельности ООО «Лента», применение правил мерчендайзинга в данной розничной сети.

Автор описывает проблемы использования мерчендайзинга на ООО «Лента» и предлагает рекомендации по совершенствованию торговой деятельности системы продвижения товаров.

Продавцы-консультанты физически не смогут помочь каждому определиться, а мерчендайзинг способствует в этом, ведь большинство покупателей делает поспешные покупки, забывая о необходимых товарах. Принцип действия мерчендайзинга – сделать товар легкодоступным как для потребителя, так и для продавца. На фактор выбора товаров влияет их правильная выкладка, различные рекламные материалы, яркие

обозначения, напоминающие о существовании не только товара, но и фирмы.

Прежде всего, предприятие должно составить так называемую «карту движения клиентов». Ее суть заключается в определении наиболее частых и затратных по времени мест в магазине. Существуют также контрольные точки или чек-поинты, для которых также нужно определить среднее время нахождения клиента.

Золотой треугольник – самое популярное правило в мерчендайзинге. Самое важное здесь – разместить ходовой товар в дальнем углу торгового зала, а кассы, наоборот, у выхода. Таким образом, покупателю придется пройти через весь магазин, прежде чем он придет в нужную точку, а значит, есть вероятность, что он положит в корзину и другие товары, менее необходимые и значимые для него;

Товар на уровне глаз или психологический фактор, повышающий продажи определенных товаров. Покупатели чаще всего видят товар перед своими глазами. Таким образом продается около 80% выставленной продукции. Размещение товаров ниже уровня глаз более опасно, поскольку потребителю требуется сесть «на корточки», чтобы рассмотреть его (он, скорее всего, это делать не станет);

Выделение товара. Здесь можно обозначить несколько принципов действия:

Выкладка продукции навалом или «горкой». Это создаст впечатление, что товар пользуется большим спросом, а значит его нужно купить, в независимости от того необходим он покупателю или нет;

Световое выделение. Многие ювелирные магазины пользуются данной уловкой, подсвечивая наиболее ценные украшения, а значит увеличивают продажи;

Яркие пятна. Тоже своего рода психологический трюк, основанный на привлечении внимание к ярким товарам. Располагать продукцию одного цвета эффективнее всего в одном месте;

Маркеры. Очень часто торговые предприятия пользуются таким методом, вывешивая на популярные товары так называемые метки «Лидер продаж», «Новинка» и так далее. Это цепляет взгляд покупателей и также повышает продажи;

Разделение товарных групп. Покупатели вряд ли станут искать молоко в отделе хлеба, поэтому очень важно размещать товары там, где им место. Помимо этого, можно делить продукцию внутри самой группы. Например, разграничить более доступную продукцию от более дорогой. Это поможет покупателям при выборе товара;

Движение. Этот принцип основан на правиле «золотого треугольника», где покупатель должен будет обойти весь магазин, прежде чем уйдет. Кроме того, действует и психологический фактор. Большинство людей правши, а потому будут неосознанно двигаться в правую сторону. Для создания подобных условий нужно организовать движение в магазине против часовой стрелки;

POS-материалы. Их разнообразие в настоящее время просто поражает. К таким материалам относят различные маркеры, диспенсеры, плакаты и многое другое, что может привлечь внимание к определенным товарам. Например, существуют шелфстопперы, которые не только могут заинтересовать покупателя, но и обособят группы товаров для облегчения поиска необходимой продукции;

Ценники. Многим розничным торговым предприятиям стоит отказаться от простых ценников. Лучше всего продаются товары, ценники которых сразу раскрывают их наилучшие свойства, а не только демонстрируют цену;

Перестановка. Самое важное, что стоит понять – покупатель должен приходить в магазин каждый раз, как в первый. Это даст возможность изучить новые товары, до которых покупатели раньше не доходили в торговом зале, что увеличит продажи

определенных групп товаров;

Разная аудитория. Предприятия не задумываются о том, что в разное время суток к ним приходят разные возрастные группы, а ведь этим можно пользоваться. Условно можно определить в какое время приходят определенные группы людей и тем самым настраивать атмосферу магазина на определенный лад, чтобы покупатели чувствовали себя комфортно.

Существует несколько критериев оценки эффективности использования системы продвижения товаров, обеспечивающие более детальный анализ мерчендайзинга в определенной торговой точке. Их еще называют статистическими данными, поскольку с их помощью создается некая статистика организации.

Количественные – продукция, чеки, категории, бренды и многое другое, что можно посчитать;

Внутренняя и внешняя информация – информация, которой располагает торговая точка (месторасположение магазина и его проходимость, общая торговая площадь и так далее);

Показатели сбыта – динамика изменения объемов продаж, среднего чека и другое.

Также, к этим данным принято относить опросы среди потребителей, которые могут более полно раскрыть информацию о предприятии, товарах, брендах и так далее.

Следующим этапом оценки эффективности применения мерчендайзинга является анализ собранных статистических данных. Сюда относят всего 2 вида анализа ассортимента – ABC и XYZ.

ABC-анализ представляет собой некое разделение прибыли и товара на 80% и 20% соответственно. Т.е, 80% прибыли приносят 20% товара. Для исследования ассортимента с помощью ABC-анализа его условно делят на 3 группы: А (80% прибыли), В (15% прибыли) и С (5% прибыли), а также D (товары на заказ) и F (не приносящие прибыль), если таковые имеются на предприятии. Таким образом, выделяются такие товарные группы, которые должны постоянно в наличии, поскольку они приносят максимальную прибыль организации. Товары групп D и F либо исключают из продажи, либо уменьшают поставки товаров этих групп.

XYZ-анализ использует статистические формулы, для которых важно разделить ассортимент также на 3 группы товаров: X (отклонение спроса до 10%), Y (10-25%) и Z (выше 25%). Проводя подобный анализ, можно прогнозировать продажи продукции, рассматривать сезонные колебания продаж и так далее.

Итак, мерчендайзинг позволяет повысить эффективность продажи, направить покупателя к нужной цели и немало в этом помогает правильная планировка магазина. Но наравне с расстановкой стеллажей нужно еще и правильно раскладывать товар. Причем его раскладка должна осуществляться исходя из приоритетности. Важно помнить о том, что даже самый популярный товар, но положенный не на свое место, может остаться «не у дел», покупатель просто его не заметит. Приоритетные места в торговом зале определяются в зависимости от потока покупателя, то есть, от того пути, который проходит большинство покупателей. Таким образом, правильно размещенный товар всегда будет давать производителю и магазину максимальную выгоду. Причем всегда нужно помнить, что в большинстве случаев при планировании покупки потребитель четко определяет, какие товарные группы он хочет приобрести (хлеб, молоко, макароны, одежда, обувь, посуда и т.д.) Поэтому ассортимент магазина можно разделить на три группы: товары повседневного спроса (покупка этих товаров является целью практически каждого визита покупателя в торговую точку), товары периодического спроса (покупка

этих товаров планируется один раз в несколько визитов) и товары импульсивного спроса (покупка этих товаров обычно не планируется). Получается, что одна из наиболее важных задач мерчендайзинга - это нахождение мест для лучшего расположения основных и дополнительных точек продажи своего товара. Причем основное место продажи - это место, где представлены все производители данной товарной группы, а дополнительное место всегда увеличивает вероятность покупки данного товара. И вся задача мерчендайзинга сводится к тому, чтобы максимально эффективно расположить товар на основных местах, при этом, не забыв и про дополнительные, которые зачастую могут помочь эффективно продвинуть тот или иной продукт.

Рекомендации по исследованию:

- 1 Оценка эффективности применения мерчендайзинга на основе анализа ассортимента – модели ABC и XYZ;
- 2 Кооперация усилий производителя, дистрибьютора и розничного продавца, направленных на улучшение обслуживания потребителя в магазине;
- 3 Зонирование магазина по правилам «золотого треугольника»;
- 4 Автоматизация контроля за продажами товаров на полках магазина с использованием сканеров.

Список используемой литературы:

- [1] Веллхофф А., Масон Ж.-Э. Мерчендайзинг. Эффективные инструменты и управление товарными категориями. М.: ИД Гребенникова, 2020;
- [2].Коптелова П.А. Мерчендайзинг как инструмент продвижения товаров на предприятиях розничной торговли. СПб.: СПб ГАПОУ Колледж туризма и гостиничного сервиса, 2022. С. 3-14;
- [3] Морган Т. Визуальный мерчендайзинг. Витрины и прилавки для розничной торговли. М.: Рипол Классик, 2019.

РЕЖИССЁР ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТУРОВ – ПРОФЕССИЯ БУДУЩЕГО В ТУРИЗМЕ

Студентка: Копылова Анастасия

Преподаватель-консультант:

Волохова Елена Павловна,

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Туризм постоянно терпит изменения. Это та самая область, в которой запросы клиента меняются с каждым сезоном, а новые услуги развиваются бок о бок с современными тенденциями. Желание оригинальнее скрасить свой отдых порождает новый спрос, а как мы знаем, вместе со спросом появляется и предложение. И чтобы облегчить организацию досуга в сфере туризма постоянно возникают новые профессии.

Данная тема актуальна на сегодняшний день, так как она раскрывает сразу несколько вопросов:

- 1) Расширение биржи труда
- 2) Предоставление новых услуг туристам и удовлетворение их потребностей
- 3) Влияние технического прогресса на развитие рынка туризма

Сфера туризма в последнее время переживает не самые лучшие времена. Экономический спад и резкое снижение доходов населения привели к изменению структуры рынка туристических услуг. По данным Пограничной службы ФСБ РФ за первые 9 месяцев 2022 года общий выездной поток из России за рубеж за девять месяцев составил почти 17,5 млн поездок, это на 19% меньше, чем в 2021, и на 64% меньше, чем в 2019. При этом доля самостоятельных поездок упала с сорока до порядка шестнадцати процентов.

Именно поэтому в сфере туризма нуждается в модификации. Уже сегодня многие сервисы массового использования упрощаются и автоматизируются: единые транспортные системы и проездные билеты, инструменты для выстраивания логистики индивидуальных поездок, автоматизированные диспетчерские для синхронизации индивидуального общественного транспорта и тд. В этом сегменте появится много устаревших профессий – заметное количество дел возьмут на себя машины. Следовательно в туризме остро стоит вопрос о новых профессиях и подготовки кадров под запрос пользователя.

Сейчас уже существуют некоторые профессии, которые совсем скоро станут актуальными в туризме: архитектор территорий, консьерж робототехники, дизайнер дополненной реальности территорий, разработчик тур навигаторов, разработчик интеллектуальных туристических систем, бренд-менеджер пространств, режиссёр индивидуальных туров.



Режиссёр индивидуальных туров - профессиональный гид, способный разрабатывать и лично проводить уникальные туры по запросам конкретных клиентов. Эта профессия в каком-то смысле существует уже сейчас, однако будет становиться массовой по мере исчезновения традиционных туроператоров.

Суть работы режиссёра туров можно представить в виде заявки клиента на индивидуальный тур:

ЗАЯВКА (ЛИСТ) БРОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

АГЕНТСТВО/ ГОРОД	ИП «Режиссёр индивидуальных туров» г. Москва			
КОД ГОРОДА/ТЕЛЕФОН/СОТ	+7 888 888 88 88			
E-mail	Mail@tour.ru			
НАЗВАНИЕ ТУРА	«По следам великого поэта»			
ДАТА БРОНИРОВАНИЯ	« <u> 19 </u> » ноября 2022 г.			
ДАТА ТУРА	01.01.2023			
Сроки тура/ пребывания	с: 20.10.2022	по: 20.10.2022	1 день/0 ночей	
Питание	AL			
Билеты (ж/д, авиа)	Ж/д Сапсан			
Трансфер (инд./груп.)	нет			
Страховка(вид)	Медицинская страховка ИНГОССТРАХ			
№	Ф.И.О. туриста	Данные паспорта РФ (№, кем и когда выдан)	Дата рождения (полная)	Контактный телефон туриста (желательно каждого в списке)
1.	Кондратьева Надежда Дмитриевна	4000 000000	10.06.2003	+7 000 000 00 00

Заказчица из Москвы обратилась с просьбой создать индивидуальный тур. Девушка хотела тур выходного дня с пешим маршрутом. Клиентка - фанатка Есенина, поэтому хотела тур по любимым местам поэта в Санкт - петербурге в сопровождении личного гида.

Бюджет: 7.000 - 15.000 тыс.р

Предпочтения: тур выходного дня с пешим маршрутом

Даты: 20.10.22 с 9.00 до 20.00

ИП «Режиссёр индивидуальных туров» предложил ей следующую программу:

Расписание:	
09:00 - прибытие в Санкт-петербург на Сапсане. 10:00 - завтрак в «Венской кофейне» 11:00 - отправление на электро самокате экскурсию по квартире - музею Александра Блока. 12:00 - отправление в театральный сквер - Место собраний литературного общества «Страда». 13:00 - отправление к объекту «Издательство Аверьянова». 13:30 - обед в кафе-баре «Гусар» 15:00 - экскурсия по Литейному проспекту. Маршрут проход через бывшие квартиры поэта	16:30 - посещения объекта «Бывший экспериментальный театр» 18:00 - посещение Гостиницы «Англетер». Лекция о загадочной истории смерти Есенина. 20:00 - ужин в кафе «Подваль бродячей собаки» 21.00 - отправление на вокзал 21.20 - отправление на Сапсане обратно в Москву

Таким образом представленная индивидуальная программа удовлетворила все желания клиентки.

Данная профессия в скором времени станет главным конкурентом туроператоров. Создатели личных туров будут пользоваться большим спросом из-за индивидуальных требований клиентов. Следовательно данная профессия плотно укорениться на рынке туризма.

Получить профессию режиссёра индивидуальных туров можно в следующих учебных учреждениях:

1. Санкт-Петербургский университет управления и экономики;
2. Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова;
3. Финансовая Академия при Правительстве РФ;
4. Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича;
5. Высшая школа брендинга.

Список используемой литературы:

Источники из интернета:

[1].СТАТИСТИЧЕСКИЙ БЮЛЛЕТЕНЬ РОССТАТА К ВСЕМИРНОМУ ДНЮ ТУРИЗМА - 2022 // Федеральная служба государственной статистики

URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf

[2].КонсультантПлюс : справочно-правовая система . — Москва, 1997- 2022. — URL:<http://www.consultant.ru/> — Режим доступа : для зарегистрир. пользователей — Текст : электронный.

[3].eLibrary.ru: научная электронная библиотека. — Москва, 2000-2022. — URL: <https://elibrary.ru> . — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

Статьи:

[4].Целевая подготовка кадров: направления, технологии и эффективность. Набережные Челны, 30 мая 2019 г. / Материалы международной научно- практической конференции.- Казань: Издательство КНИТУ-КАИ, 2019.- 264с.- SBN: 978-5-7579-2401-4.- Текст: электронный .- НЭБ eLibrary.-URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40939805&ysclid=lamdu8ybaf178729768>

[5].Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции / Материалы Всероссийской научно-практической конф., Н. Новгород, 26 марта 2019 г. – Нижний Новгород:Издательство ННГУ, 2019. – 636 с.- Текст электронный.- URL: http://www.iee.unn.ru/wp-content/uploads/sites/9/2019/06/Razvitie-sfery-uslug-gotovayaredaktsiya_130619.pdf?ysclid=lame73bo7b254397531

[6].Морозов М.А. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для обучения студентов вузов по направлению подготовки 43.03.02 "Туризм" / М. А. Морозов, Н. С. Морозова ; Рос. эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. - Москва : КноРус, 2017. - 276 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-04907-5.- Текст: непосредственный.

ДАКСТОРЫ В ТОРГОВЛЕ

*Студентка: Обухова Александра
Преподаватель-консультант:
Трубенева Татьяна Георгиевна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Цель: Выявление значения дарксторов для эффективности работы торговых предприятий и повышение качества обслуживания покупателей

Гипотеза: дарксторы не временное явление в обслуживании покупателей, а форма торговли, которая будет развиваться.

Даркстор (от англ. *dark store* – «темный магазин») — специальный формат склада, в котором собирают товары для формирования онлайн-заказов и дальнейшей передачи в доставку. Обычно это продукты питания, бытовая химия и популярные недорогие товары, нужные в быту. (Википедия).

В качестве основных методов исследования были выбраны анализ теоретических источников и веб-контента, а также сравнительный анализ для лучшего понимания сущности исследуемого вопроса.

Важно, что дарксторы недоступны для посещения покупателями. На складе работают специальные сборщики заказов, задача которых быстро набрать заказ из имеющихся товаров и передать курьеру для доставки. Устройство даркстора сильно отличается от устройства розничного магазина или склада товаров. Товары в дарксторах сгруппированы по тому, как часто они попадают в заказы, а также по весу и объему.

Таким образом сборщик тратит меньше времени и может отправить больше заказов.

Впервые дарксторы появились в Лондоне в начале 2000-х в сети Sainsbury's, но склад был вынужден быстро закрыться из-за низкого количества заказов. Повторно эта модель была использована в Англии сетью Tesco в 2009 году, там же и появился термин «dark store». С середины 2010-х дарксторы развиваются и в российской рознице.

Стремительное развитие формат дарксторов получил во время пандемии COVID-19, когда ритейлеры стали предлагать покупателям быструю доставку продуктов в течение часа. Появились компании, которые работают только на доставку из дарксторов, не имея при этом традиционных розничных магазинов.

Первой в России, кто начал работать в таком формате, была сеть супермаркетов «О'Кей» в 2015 году. Затем в 2018 году этому примеру последовал «Перекресток». Даркстор показал эффективность работы, принимая более 5 тысяч заказов ежедневно.

Для дарксторов нужно намного меньше сотрудников, чем для обычного магазина, в основном это шесть-семь человек. Дарксторы не нуждаются в большом помещении в удобном и густонаселенном районе: его можно расположить в маленьком или неудачно расположенном месте, так как туда не заходят покупатели. Одним из преимуществ даркстора является экономия а оформлении зала, не нужно специальных витрин, вывесок и затрат на рекламу.

Главное отличие дарксторов от офлайн-формата – они ориентированы только на онлайн-продажу и быструю доставку. Клиент с помощью специального приложения или сайта выбирает необходимые ему товары и складывает в виртуальную корзину, затем оплачивает покупку и ждет курьера.

Одна из основных особенностей «темного склада» – он закрыт для клиентов и принимает только онлайн-заявки. Есть и другие преимущества у даксторов:

- такие супермаркеты чаще торгуют товарами, необходимыми в ежедневной рутине. Это бытовая химия, продукты питания, лекарства, которые отпускаются без рецептов, косметические принадлежности. Насчет алкоголя и сигарет – его продают не все дарксторы, потому что для онлайн-заказов необходимо подтвердить совершеннолетие.
- доставка осуществляется в течение часа. Поэтому помещения маркетов находятся в самом городе или рядом с ним, тогда курьеры могут быстро доставить товары, например, время ожидания заказов в сети «Самокат» может составлять от 15 до 30 минут;
- имеется мощная операционная система, чтобы обрабатывать огромное количество заявок каждый день. Поэтому склады используют современные технологии для корректной и налаженной логистики. Такой способ снижает риск ошибок и путаницы в заказах. Компьютеры обрабатывают тысячи заявок, а сотрудники потом собирают корзину.

У дакторов есть преимущества и для клиентов, и для торговых фирм (таблица 1)

- Для клиентов большим плюсом является оперативная доставка. В приложениях обычно сразу указывают примерное время доставки. Особенно удобно тем, кто много работает или у кого маленькие дети.
- Простота в оформлении. Покупатель спокойно выбирать необходимые продукты, не надо тратить время и нервы на поход в обычный магазин и стоять в очередях, заказ доставят домой.
- Безопасность для здоровья. Особенно важно во время пандемии, когда нет лишнего контакта с группой людей.
- Покупать продукты онлайн – самый простой и удобный вид шопинга при загруженном темпе жизни
- Торговая фирма может сэкономить на персонале и маркетинге. Офлайн-супермаркет требует больше персонала: кассиры, охрана, рекламщики.
- Обычно магазины заманивают клиентов красиво разложенным товаром или цветом ценников. У дарксторов такой необходимости нет. Вместо этого они могут обеспечить лучшие условия хранения.
- Само пространство дактора позволяет в любой момент провести нужные изменения: добавить стеллажи, что-то передвинуть.

Таблица 1

Положительные и негативные аспекты даксторов

	Для собственников бизнеса	Для покупателей
Преимущества	Легко обеспечивать правильное хранение Экономия на аренде. Сокращение расходов на маркетинг и мерчандайзинг	Меньше вероятность заразиться инфекционными заболеваниями
Недостатки	Главный риск застрять на определенном уровне дохода Высокие транспортные расходы Зависимость от IT- структуры и серверов, работы приложений.	Жалобы на опоздания, просрочку, перепутанные артикулы. Консервативность

Пространство закрытого магазина поделено на несколько секций, как в обычных супермаркетах. Есть, например, отдел с овощами, зеленью, фруктами, причем все условия хранения соблюдаются; хлебобулочные изделия или отдельная зона с напитками.

Охлажденная и замороженная продукция находятся в разных специальных зонах.

В дарксторах товары на складе распределены по категориям и секциям. Там нельзя увидеть рекламных плакатов, желтых или красных ценников, объявлений о скидках и распродажах. Когда сотрудник получает информацию о заказе, то он уже знает, в какую зону ему идти. Ему не придется бегать по складу и искать нужную секцию. Маршрут работников продумывает специальная компьютерная программа. Это значительно ускоряет и облегчает процесс сборки заказа.

Дарксторы оснащены отличной навигацией, чтобы сотрудники хорошо ориентировались в пространстве и знали, что конкретно и где лежит. В таких маркетах не бывает пробок из тележек – все собирается оперативно

X5 Group, ведущая продуктовая розничная компания в России 17 марта 2022 года объявила об открытии первого объединенного даркстора для экспресс-доставки товаров сразу двух торговых сетей – «Пятёрочка» и «Перекрёсток». Даркстор открылся по адресу: г. Москва Протопоповский переулок, 3. Его ассортимент достигает 11 тысяч наименований, общая площадь составляет 1470 м². На объекте работают 11 сборщиков и 20 курьеров. Даркстор сможет обеспечивать заказами Мещанский, Тверской, Басманный и район Марьиной роши.

Экспресс-доставка из торговых сетей X5 активно развивается. GMV и количество заказов в прошлом году выросли в 4 раза по сравнению с годом ранее и достигли 30,79 млрд рублей и почти 19,2 млн заказов соответственно. По состоянию на 31 декабря 2021 г., услуга экспресс-доставки была доступна из 1 611 магазинов (923 магазинов «Пятёрочка», 30 дарксторов «Пятёрочка», 655 супермаркетов «Перекрёсток» и трех гипермаркетов «Карусель») в 50 регионах. В 4 кв. 2021 г. среднее количество заказов для экспресс-доставки составило 69,8 тысяч в день, со временем доставки около 60 минут и средним чеком в размере 1 527 руб. в «Пятёрочке» и 1 775 руб. в «Перекрестке».

Количество заказов в день в 4 кв. 2021 г. достигало 114 тысяч в пиковые дни декабря.

Исходя из вышесказанного, можно сделать заключение, что в данном формате будут более заинтересованы сами ритейлеры, так как они фактически запускают стандартный супермаркет, работающий в режиме склада, и не несут издержек, связанных с обслуживанием потока клиентов в нём. А вот клиенты (покупатели) едва ли смогут заметить разницу, откуда им доставили товар – из магазина или даркстора. Потенциальное расположение темного магазина часто уже существует в сетях магазинов розничной торговли. Сети могут реорганизовать неэффективные или малорентабельные магазины под темные магазины, так как они смогут принести больше прибыль. В идеале темные магазины расположены в густонаселенных районах, достаточно близких к большому числу реальных клиентов или других торговых точек. Такое расположение уменьшает цены перевозки и обеспечивает более быстрое обслуживание.

Список используемой литературы:

[1].А.А. Кравченя, К.Е. Чурко. БГУ. Dark STORE как новый подходк онлайн-торговле. [Электронный ресурс] // Бизнес.Ру. — <https://www.business.ru/article/3679-darkstore>

- [2].Что такое формат dark store в рознице [Электронный ресурс] //Бизнес.Ру. — <https://www.business.ru/article/3679-darkstore>
- [3].Пресс-релиз - Компания - X5 Group. - <https://new-retail.ru>
- [4].X5 открыла первый объединенный даркстор для экспресс-доставки товаров «Пятёрочки» и «Перекрёстка» - <https://new-retail.ru>.

МУТАГЕНЫ И АНТИМУТАГЕНЫ В ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТАХ

Студентка: Платонова Ксения

Преподаватель-консультант:

Вилкова Ирина Эмилевна

Ижорский колледж

Питание является одним из главных факторов, определяющих здоровье и долголетие человека. По данным Всемирной организации здравоохранения, состояние здоровья человека зависит только на 7-8% от здравоохранения, не более 10% - от экологических ситуаций и только 1-2% - от несчастных случаев, остальные 80% от образа жизни, в том числе – от питания [1, с 10].

Неправильное питание увеличивает риск развития многих заболеваний: ожирение, заболевания сердечно-сосудистой системы, сахарный диабет, остеопороз и другие. У растущего организма наблюдается снижение иммунитета, отставание в физическом и умственном развитии [4, 7].

Пища должна не только обеспечивать энергетические и физиологические потребности организма, но и быть безопасной для здоровья, в том числе не содержать в своем составе вещества, которые образовались или были добавлены (внесены) в процессе производства пищевых продуктов (загрязнители), наличие которых может оказать вредное воздействие на человека и будущие поколения [2]. Некоторые из подобных веществ являются природными или искусственными мутагенами.

В области питания населения, профилактики наиболее распространенных неинфекционных заболеваний проводятся научные исследования и разработки технологий производства пищевых продуктов, материалов и изделий, направленных на повышение их качества. Предупреждение потребления продуктов, содержащих потенциально мутагенные соединения необходимо обеспечивать посредством организации информационно-просветительской работы по формированию культуры здорового питания [2].

Обобщив информацию о проблемах питания современного человека, мы выделили наиболее актуальные, в том числе - загрязнение пищевых продуктов веществами, опасными для здоровья и выполнили исследовательскую работу «Мутагены и антимутагены в пищевых продуктах». Данная тема представляет для нас, как будущих поваров, кондитеров, профессиональный интерес и практическую значимость.

Цель нашего исследования заключалась в том, чтобы раскрыть роль мутагенов и антимутагенов в питании современного человека, их содержание в пищевых продуктах и разработать рацион здорового питания.

Гипотеза: если больше знать о мутагенах и антимутагенах, содержащихся в пищевых продуктах, можно учитывать это в питании, заботясь о сохранении здоровья.

Нам, как будущим работникам сферы питания, также важно учитывать факторы здоровьесбережения в обслуживании потребителей.

Каждый из обучающихся нашей учебной группы проводил исследования в одном из направлений в решении следующих задач:

1. Выявить актуальные проблемы в питании современного человека.
2. Проанализировать взаимосвязь питания и состояния здоровья населения.
3. Провести анкетирование на предмет информированности граждан о мутагенах антимутагенах, содержащихся в пищевых продуктах.

4. Изучить механизм, последствия мутагенеза и роль антимуутагенов пищи в организме.
5. Выявить источники мутагенов в продуктах.
6. Составить справочники мутагенов и антимуутагенов по группам пищевых продуктов.
7. Разработать рацион здорового питания.

Для определения данных задач исследования и направлений его содержания нам потребовались сведения о степени информированности населения о мутагенах и антимуутагенах, содержащихся в пищевых продуктах. Используя Google форму для опроса, мы провели анкетирование разных категорий граждан, результаты которого показали, что большинство респондентов практически не смотрят на состав продуктов, а значит, не догадываются о возможной опасности. Многие из них покупают консервы, газированные напитки, фастфуд и пользуются жевательными резинками. Большинство анкетированных слышали о мутагенах. Однако, столько же - не знают в каких продуктах питания они находятся или как могут в них образоваться. Почти никто не знает о том, что такое антимуутагены,

Современные исследования показывают, что пищевые продукты могут содержать как генотоксиканты, представляющие опасность для наследственности человека, так и антимуутагены, способные увеличивать устойчивость человека к генотоксическим влияниям средовых факторов [5].

Таким образом, мы определились в направлениях поиска информации.

О существовании мутагенов и мутаций ученые предположили еще в начале прошлого столетия. Мутагенами могут быть различные факторы, как образующиеся в процессе жизнедеятельности организма, так и факторы окружающей среды, любой из которых может стать причиной мутагенного загрязнения пищевых продуктов [4].

Мутации могут изменять структуру гена, строение и количество хромосом, повреждая ДНК в ядрах и в митохондриях клеток.

Мутации могут возникать в разных клетках и на разных этапах развития организма, вызывая врожденные патологии, наследственные заболевания, онкологию, ослабленный иммунитет и преждевременное старение [5].

Мы провели поиск и анализ информации на предмет источников мутагенов, содержащихся в пищевых продуктах и определили группы пищевых мутагенов по их происхождению.

Доказано наличие в пище мутагенов естественного происхождения. Например, кофе помимо кофеина содержит и другие мутагенные факторы. Известно более 200 растений, содержащих соединения, обладающие мутагенными эффектами. Несколько десятков соединений техногенного происхождения (тяжелые металлы, радиоизотопы) накапливаются в растениях, животных и грибах. Ртуть аккумулируется в организме рыб и других морепродуктах. Исследования ученых показали, что мутагенами являются не менее половины из 230 тестируемых пестицидов. Около 80% нитратов, поступающих в организм, – растительного происхождения. Из них около 70% содержится в овощах и картофеле, а 19% – в мясных продуктах. Немаловажным источником нитрита являются консервированные продукты. Пищевое сырье может быть загрязнено мутагенами при хранении в результате накопления перекисленных жиров. Например, в несвежей сметане, масле, яйцах. Холестерин, окисляясь при хранении или приготовлении пищи, приобретает мутагенные свойства. Мутагены образуются в процессе термической обработки пищевого сырья. Копчение, поджаривание и выпекание приводят к образованию бензапирена, нитрозамина и других мутагенов. Особенно опасны продукты, приготовленные во фритюре с многократным использованием одной порции жира [5].

Определенную мутагенную опасность могут представлять пищевые добавки, используемые в качестве консервантов, ароматизаторов, красителей, подсластителей, загустителей, антиоксидантов и пр. В сырье для получения некоторых пищевых красителей, выделено девять различных производных, обладающих мутагенными свойствами. Значительное количество пищевых добавок содержится в искусственных продуктах питания, придавая им вкус, цвет, запах и консистенцию подобно натуральным [6].

Одним из источников мутагенов являются плесневые грибы. Более 100 токсинов встречается в пораженных плесенью крупах, овощах, ягодах и фруктах. Они не разрушаются при нагревании и консервировании. В организм животных микотоксины попадают с зараженными плесенью кормами. Поэтому, следует избегать употребления любых заплесневевших продуктов [8].

В различных источниках отсутствует систематизация информации о мутагенах пищи. Чтобы люди узнали и могли использовать эту информацию при подборе продуктов питания, мы создали небольшой справочник по группам продуктов, содержащих мутагены.

С некоторой осторожностью стоит употреблять плоды экзотических растений, в которых могут быть и природные генотоксичные вещества. Даже любимые газированные напитки содержат красители, подсластители консерванты. К сожалению, мы не можем представить всю найденную нами информацию о мутагенах пищи в полном объеме.

При всех ситуациях с мутагенами, попадающими в организм с пищей, можно и нужно бороться путем увеличения в питании продуктов с содержанием антимутагенов, способных снижать или устранять мутагенные эффекты. Все зависит от характера питания, которого придерживается человек.

Антимутагены препятствуют проникновению или ускоряют выведение мутагенов из организма, предотвращают образование или снижают их активность и токсичность, защищают от повреждений участки ДНК, исправляют в ней ошибки [3].

Мы составили перечень наиболее используемых в пищу продуктов, источников антимутагенов растительного и животного происхождения.

Установлено более 200 соединений антимутагенного действия. Это растительные пищевые волокна, пигменты, ферменты и аминокислоты, витамины С, Е, А, β-каротин, экстракты ряда культурных и дикорастущих растений. Например, в шиповнике и абрикосах (интерферон), в орехах и бобовых (метионин, изолейцин, валин), в ягодах (урсоловая, олеиновая и салициловая кислоты), в овощах и зелени (витамины С, В, А, Е, К и др.), мясо, печень и молочные продукты богаты незаменимыми аминокислотами и ферментами.

Полученную информацию мы использовали для создания рациона питания с наименьшим количеством мутагенов и максимальным содержанием антимутагенов. Разработали рецепты и приготовили блюда для каждого приема пищи с учетом поставленных задач, представив фотоотчеты о проделанной работе. Блюдо на завтрак – пшенная каша на молоке с яблоком, медом и корицей, содержащей лютеин, витамины В, С, Е, А, β-каротин. На обед первое блюдо - овощной суп с индейкой, богатый ферментами, витаминами и аминокислотами (триптофан, лизин). Второе блюдо – ризотто с курицей, грибами, овощами с богатым разнообразием витаминов. Приготовлено без обжарки. На ужин – овощное рагу в сметанном соусе-источник каротина, цистеина, пиридоксина, токоферола и витамина С. Вместо хлеба приготовили кокосовые булочки, богатые белками, клетчаткой, микроэлементами и витаминами – антиоксидантами. Десертный

напиток из фруктов с кокосовым молоком - кладезь антимуагенов (актинидин, амилаза, глюкозидаза), а также десерты и овощные закуски.

С учетом требований энергетической и пищевой потребности мы разработали дневной рацион с четырехразовым питанием для подростков. В разработке были учтены: максимальное содержание антимуагенов в ингредиентах, сбалансированность пищевых веществ и щадящая тепловая обработка.

Большинство людей, как показало анкетирование, не учитывают возможное содержание мутагенов в продуктах питания и мало информированы об антимуагенах.

В процессе анализа информации, мы поняли, что оценка мутагенных свойств некоторых компонентов пищи и меры, направленные на предупреждение мутагенеза, является наименее разработанным вопросом в науке. Кроме поиска сведений об источниках и влиянии мутагенов и антимуагенов на организм, были разработаны рецепты и приготовлены различные блюда с минимальным содержанием мутагенов и богатые антимуагенами, на основе чего создан вариант рациона на один день.

Для сохранения своего здоровья каждый человек должен учитывать это в питании. А мы постарались в этом немного помочь. Взаимодействие между участниками исследования (взаимопомощь, обмен информацией, совместный анализ и оценка результатов деятельности) значительно помогли нам в достижении поставленной цели исследования. Полученные знания мы сможем применять в будущей профессиональной деятельности повара, кондитера.

Список используемой литературы:

- [1]. Васильева И.В., Физиология питания: учебник и практикум для СПО/ И.В.Васильева, Л.В.Беркетова.: Издательство Юрайт,2017. – 2012 с. –Серия: Профессиональное образование
- [2]. Федеральный Закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» Утв. 02.01.2000 ФЗ-29. (с изменениями на 01.01.2022 года)
- [3]. Антимуагены в продуктах питания- <https://forum.ixbt.com/topic.cgi?id=77:208995>.
- [4]. Неправильное питание и его последствия - <https://nutrimun.ru/nepravilnoe-pitanie-i-ego-posledstviya/http://www.medicus.ru/dietology/patient/mutageny-v-pische-21775.phtml>
- [5]. Пищевые мутагены и антимуагены.- <http://propionix.ru/pishchevyye-mutageny-i-antimutageny?ysclid=lapj7zp535170421702#mutageny-i-antimutageny>
- [6]. Пищевые добавки – полезные и вредные, классификация и влияние на организм.- <https://www.59fbuz.ru/press-center/news/pishchevye-dobavki-poleznye-i-vrednye-klassifikatsiya-i-vliyanie-na-organizm/?ysclid=lapkchxvai474305476>
- [7]. Проблемы современного питания - <https://minzdrav.gov.by/en/dlya-belorusskikh-grazhdan/profilaktika-zabolevaniy/zdorovoe-pitanie/problemy-sovremennogo-pitaniya.php>
- [8]. Что такое микотоксины, их содержание в пищевых продуктах.- <https://clinic-a-plus.ru/articles/otravlenie/5731-mikotoksiny-v-pishchevykh-produktakh-chem-opsany-dlya.html>

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ СЕРВИСА И УСЛУГ

Студентка: Федотова Татьяна

Преподаватель – консультант:

Ковтун Лидия Вениаминовна.

Колледж туризма Санкт-Петербурга

В настоящее время одной из самых важных проблем, с которыми столкнулось человечество, является экологическая проблема. На многих предприятиях, в том числе в сфере сервиса и услуг, проблема экологии постепенно начала обретать свои пути решения, позволяющие не только привлечь дополнительных потребителей, которые агитируют за сохранение экологии, но и сэкономить деньги владельца предприятия.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время экологическая ситуация в Санкт-Петербурге вызывает серьезную озабоченность общественности и бизнес - сообществ. Экологическое поведение предпринимателей в сфере гостиничных услуг требует особого внимания.

Цель - разработка рекомендаций по внедрению экологических инноваций в деятельность предприятий сферы сервиса и услуг города Санкт-Петербург, преимущественно – в деятельность отелей и ресторанов города.

Гипотеза исследования - в условиях конкурентной среды применение экологических инноваций на предприятиях является существенным преимуществом, позволяющим не только проявить заботу об окружающей среде, но и повысить эффективность бизнеса, в том числе путём привлечения потребителей, проповедующих здоровый образ жизни.

Задачи – исследовать истоки зарождения эко - инноваций, их причины и содержание, применение в сфере сервиса и услуг, в частности, в отелях и ресторанах. Обосновать рекомендации по внедрению отдельных экологических инноваций в сфере сервиса и услуг.

К методам, применяемым в ходе исследовательской работы, относится анализ научной литературы по исследуемой теме, публикаций в Интернете, правовые основы охраны окружающей среды.

Первые упоминания об эко - инновациях появились в книге Клода Фюсслера и Питера Джеймса «DrivingEco – Innovation: A Breakthrough Discipline for Innovation and Sustainability» (1996). Авторы определяют эко - инновации как «новые продукты и процессы, которые обеспечивают ценность для клиентов и бизнеса, но значительно уменьшают воздействие на окружающую среду».

Сейчас одной из самых быстроразвивающихся сфер деятельности в мире является сфера сервиса и услуг. К ней относится и деятельность таких предприятий, как отели и рестораны, которые потребляют значительное количество ресурсов для обеспечения высокого уровня качества обслуживания гостей. Осознавая экологическую проблему, предприятия сферы сервиса и услуг уже начинают внедрять эко - технологии, способствующие уменьшению экологического урона. Современные экологические программы включают в себя экономию водных ресурсов и электроэнергии, бытовые принадлежности с возможностью повторного использования, утилизацию и переработку отходов, использование энергосберегающих технологий и экологически чистых продуктов.

На данный момент в Санкт-Петербурге уже существуют предприятия, которые смело можно назвать «экологичными». Это 5 отелей, принадлежащих компании Rezidor и

сети отелей Radisson Hotels & Resorts, которые стали обладателями международных экологических сертификатов «Зеленый ключ». Среди них отели Park Inn by Radisson Прибалтийская, Park Inn by Radisson Невский, Park Inn by Radisson Пулковская, Radisson Royal и Radisson Sonya.

«Зеленый ключ» — это международный знак качества, который присваивается гостиницам за их достижения в области защиты окружающей среды. Для получения эко - сертификата гостиница должна соответствовать пятидесяти обязательным критериям по нескольким направлениям: экологический менеджмент, вовлечённость сотрудников, информирование гостей, водопотребление, энергопотребление, управление отходами, уборка и стирка, еда и напитки, зеленые зоны и т.д. К достижениям отелей Rezidor относятся: использование энергосберегающих ламп, установка аэраторов, сокращающих поток воды из кранов и душа, сортировка и переработка мусора, использование специальных моющих средств с эко - маркировкой, установка аппаратуры для экономии электроэнергии, а также закупка и реализация продуктов местного производства, не требующих длительной транспортировки, и продуктов с эко - маркировкой.

В сфере ресторанного бизнеса стоит привести в качестве примера Екатерину Алёхину из Подмоскovie – владелицу и шеф – повара ресторана Biologie с концепцией zero waste (Ноль отходов). Екатерина Алёхина в 2021 году **получила зеленую и красную звезды Michelin**. Michelin удостоил Biologie двух звезд: зеленой — как экологичный проект, и обычной — красной — за соотношение цены и качества блюд. Её ресторан с замкнутым циклом переработки отходов, чтобы снизить давление на окружающую среду. Например, есть печь для переплавки стекла использованных бутылок, а на выходе - новая люстра для ресторана и т.д.

Стоит отметить, что на данный момент существует немало проектов по защите окружающей среды, относящихся к сфере сервиса и услуг. Например, совсем недавно, в период с 30 сентября по 1 октября 2022 года, проходил Алтайский экологический форум «Нить природы», на котором со своими IT-проектами в сфере туризма и экопросвещения выступила компания «АЭРТРЕВЕЛЛАБ». В портфолио компании туристические порталы, мобильные путеводители, универсальные системы бронирования и учета, интерактивные карты, 3D визуализация объектов и территорий, интерактивные энциклопедии и презентации, объемные карты природных территорий и трехмерные игровые сервисы, помогающие так или иначе сократить количество потребляемых в деятельности предприятий природных ресурсов. Также в качестве примера можно привести сотрудничество международной гостиничной сети AZIMUT Hotels и лидера нефтехимической отрасли СИБУР, запустивших в марте 2020 года совместный экологический проект, направленный на развитие вторичной переработки гостевых принадлежностей и сокращение количества отходов, загрязняющих окружающую среду.

Все гигиенические принадлежности и аксессуары в отелях сети были заменены на более экологичные альтернативы, изготовленные с использованием вторичного пластика или первичного ПЭТ, полностью пригодного для повторного использования в производстве. В проекте участвовал и расположенный в нашем городе AZIMUT Отель Санкт-Петербург.

Право человека и гражданина на благоприятную окружающую среду, достоверную информацию о её состоянии и на возмещение ущерба, причинённого его здоровью или экологическим правонарушением, гарантируется Конституцией Российской Федерации (ст.42). Следует отметить, что государство озабочено экологическими проблемами: совершенствуется природоохранное законодательство, работают правоохранительные

органы, проводится экомониторинг. Инновационным центром «Сколково» разработан проект Атласа будущих профессий, один из разделов которого называется «Экология».

Раздел содержит названия следующих будущих профессий: Экоаудитор - Специалист, который производит аудит промышленных предприятий и дает рекомендации по снижению воздействия на окружающую среду за счет модернизации производства, изменения практик и способов работы, Рециклинг – технолог – Специалист, который по разработке и внедрению технологий многократного использования материалов, а также разработке технологий безотходного производства и др. Профессии будущего требуют формирование новых компетенций, таких как: Системное мышление,

Навыки межотраслевой коммуникации, Навыки менеджмента, Программирование, Клиентоориентированность, Мультифункциональность, Творческое начало.

Работодателей сферы сервиса и услуг, которые осознают значимость надпрофессиональных навыков и компетенций своих сотрудников, ждёт успех и в деле сохранения окружающей среды.

Проанализировав изученную информацию, можно выделить несколько рекомендаций по внедрению эко - инноваций в рестораны и гостиницы Санкт-Петербурга в настоящее время:

- Сохранение энергоресурсов. Конечно, использовать солнечную энергию в погодных условиях Санкт-Петербурга не является возможным. Однако необходимо, как минимум, использовать энергосберегающие лампочки
- Эко - уборка - использование «зеленых» моющих средств с минимальным содержанием хлора
- Эко - оснащение номерного фонда отеля. Например, можно использовать лампы из переработанных стеклянных бутылок, электронные блокноты, ручки из переработанных материалов и экологические чернила, ткани из натуральных волокон, фильтры для воды, специальные баки для раздельного сбора мусора, душ с медленным потоком воды, унитаз с пониженным потреблением воды и т.д.
- концепция Zero – waste (Ноль отходов), при которой предприятия не оставляют после себя никаких отходов: отходы от продуктов можно использовать на компост и удобрения, пищевой мусор отправлять на переработку, а непищевой – сортировать
- экологическое просвещение своих сотрудников, организация курсов повышения квалификации, направленных на формирование надпрофессиональных навыков и компетенций.

Вывод: внедрение экологических инноваций в деятельность предприятий не просто важно, но и необходимо во избежание экологической катастрофы. Предпринимателям стоит задуматься над тем, что, начав использовать эко - технологии в своей деятельности, они ничего не потеряют, а наоборот, помогут природе и смогут получить дополнительную прибыль. Из приведённых в исследовательской работе примеров, очевидно, что экологические инновации уже стали важной частью сферы сервиса и услуг. Остаётся только начать внедрять уже разработанные проекты, а также разрабатывать новые. Кто, если не мы, жители планеты Земля, сможет спасти её от катастрофы, имеющей возможность начаться по нашей же вине?

Список используемой литературы:

- [1]. Кобяк М.В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг : практическое пособие / М. В. Кобяк. - Санкт-Петербург : ИЦ Интермедия, 2014. - 290 с. - ISBN 978-5-4383-0029-8. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785438300298.html> (Дата обращения: 16.11.2022). - Режим доступа: по подписке.
- [2]. Отто О.В. Влияние экологического фактора на развитие гостиничного бизнеса/ О. В. Отто// Научная статья УДК 332.1. Журнал «Наука и туризм: стратегии взаимодействия». - 2017. - Выпуск 7(5) – с. 24. Текст непосредственный. <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-ekologicheskogo-faktora-na-razvitie-gostinichnogo-biznesa-1/viewer> (Дата обращения: 16.11.2022).
- [3]. Шевелев, С. И. Классификация экоиноваций / С. И. Шевелев. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 47 (389). — С. 122-124. — URL: <https://moluch.ru/archive/389/85714/> Дата обращения 10 ноября 2022
- Сайты
- [4]. КонсультантПлюс : справочно-правовая система . — Москва, 1997- 2022. — URL:<http://www.consultant.ru/> Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года (дата обращения: 18.11.2022). — Режим доступа : для зарегистрир. пользователей — Текст : электронный.
- [5]. Инновации со смыслом: как современные технологии помогают экологии — URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2022/10/03/innovatsii-so-smislom-kak-sovremennie-tehnologii-pomogayut-ekologii?ysclid=laofbq09zq672464144/ Дата обращения 7 ноября 2022
- [6]. Как Екатерина Алехина стала первой в России женщиной шеф-поваром со звездой Michelin — URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/443093-kak-ekaterina-alehina-stala-pervoj-v-rossii-zensinoj-sef-povarom-so-zvezdoj-michelin?ysclid=layg0yb5n2481686229> Дата обращения 5 ноября 2022
- [7]. Zero Waste — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Zero-waste> /Дата обращения 5 ноября 2022
- [8]. Гостиничная сеть AZIMUT Hotels и СИБУР запускают совместный экологический проект — URL: <https://welcometimes.ru/news/gostinichnaya-set-azimut-hotels-i-sibur-zapuskayut-sovmestnyy-ekologicheskij-proekt?ysclid=laog10e5q511950987> / Дата обращения 15 ноября 2022
- [9]. Отели Петербурга за экологию — URL: <http://www.hotellink.ru/news/id/29/> Дата обращения 15 ноября 2022
- [10]. Профессии будущего, к которым стоит присмотреться подросткам — URL: <https://spb.hh.ru/article/25673?ysclid=lav4hw53pc891126292> / Дата обращения 23 ноября 2022.
- [11]. Атлас новых профессий. Агентство стратегических инициатив «Сколково». — URL:<https://skolkovo-resident.ru/atlas-professij-budushchego-skolkovo/?ysclid=laymgx0oks775608714> / Дата обращения 23 ноября 2022.

ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ СЕРВИСА И УСЛУГ

*Студентка: Исакова Влада
Преподаватель-консультант:
Радзевич Ирина Даниеловна
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Растущая взаимозависимость государств, их политических систем, экономик, социальных сфер, культур, систем образования ведет к тому, что межкультурная коммуникация играет все возрастающую роль во всех сферах деятельности.

Профессиональная деятельность специалистов индустрии гостеприимства (администраторов гостиниц, рестораторов, гидов-переводчиков, турагентов, туроператоров и т.д.), в чьи обязанности входит удовлетворение потребностей человека в социокультурных и туристических услугах предполагает прямой контакт с иноязычными странами, культурой и обычаями народов, их населяющих. Поэтому в современном мире требуют от личности и специалиста не только понимания процессов коммуникации культур с целью развития позитивного диалога культур и цивилизаций, но и целенаправленного формирования знаний, умений, способности и готовности к эффективным межкультурным контактам, т. е. межкультурной компетенции. Развитие межкультурной компетенции служит воспитанию межкультурной или мультикультурной личности, отвечающей условиям существования в глобальном мире и потребностям самого индивида. Туристское пространство - наиболее представительная с точки зрения жанров, стилей, форм, паттернов взаимодействия сфера межкультурного взаимодействия. Туризм представляет собой мультикультурный феномен, создающий наиболее естественные и гармоничные условия для формирования межкультурной личности в эпоху глобализации.

Цель работы: изучение понятия «межкультурной компетенции и пути ее формирования»

Гипотеза: межкультурная компетенция является неотъемлемым фактором и необходимостью для специалистов в области сервиса и услуг, владея ею, личность способна анализировать различия культур и успешно участвовать в межкультурном взаимодействии в профессиональной деятельности.

Межкультурная компетентность, формируется в результате процесса межкультурной коммуникации. В самом общем виде процесс межкультурной коммуникации представляет собой взаимодействие индивидов, являющихся носителями разных культур, каждый из которых имеет свой язык, типы поведения, ценностные установки и традиции. В процессе коммуникации каждый участник выступает одновременно и как отдельный индивид, и как член какой-либо социокультурной группы, и как представитель определенного культурного сообщества. Отсюда в его сознании одновременно содержатся и индивидуальные, и социально-групповые, и национальные, и универсальные знания. В совокупности эти знания составляют содержание межкультурной компетентности индивида.

На основе данных признаков можно сделать вывод, что **межкультурная компетентность** - это компетенция в общении с представителями других культур, способность эффективно общаться с представителями разных культур и национальностей. В западной науке сложилось представление, согласно которому межкультурной компетентностью можно

овладеть только с помощью межкультурной коммуникации. Знания такого рода подразделялись на специфические, которые определялись как сведения о конкретной культуре в традиционных аспектах, и общие, к которым относилось владение такими навыками, как толерантность, эмпатия [5].

Межкультурная компетенция-это многокомпонентный и многофункциональный комплекс конструктов.

Традиционно вычленяемыми, важнейшими компонентами межкультурной компетенции являются: языковая, коммуникативная и культурная компетенции. Однако разные исследователи выделяют и большее количество компонентов в ее составе [6].

- Языковая компетенция обозначает наличие комплекса знаний и умений, способности и готовности на основе практического опыта осуществлять «правильный выбор языковых средств, адекватных для ситуации общения, верную референцию, соотнесение ментальных моделей с формами действительности»и воспроизводимость полученного языкового опыта в аналогичных коммуникативных контекстах (ситуациях).

- Коммуникативная компетенция означает наличие комплекса «коммуникативных механизмов, приемов и стратегий, необходимых для обеспечения эффективного процесса общения».

- Культурная компетенция - понимание фоновых знаний, ценностных установок, психологической и социальной идентичности, характерных для культурной среды общения. Предполагает умение извлечь необходимую информацию из различных культурных источников (книги, фильмы, периодика, политические явления и т.д.) и дифференцировать ее с точки зрения значимости для межкультурной коммуникации.

За достаточный уровень межкультурной компетенции обычно принимается совокупность языковой, коммуникативной и культурной компетенции, обеспечивающая возможность адекватного общения в конкретной социальной или этнической группе. Однако и ученые, и специалисты современных систем образования приходят к выводу, что в условиях глобализации, повседневного и повсеместного контакта и столкновения культур и цивилизаций изучение культур становится первостепенной задачей.

Рассматривая данную проблему, нельзя обойти терминологическое разграничение понятий «компетенция» и «компетентность». Во многих областях наук эти термины употребляются как синонимичные. Близость терминов «компетенция» и «компетентность» породила закономерную сложность этих понятий. Эти термины рассматриваются как самостоятельные понятия, либо «компетентность» трактуется как реализация «компетенции» или даже отождествляет ее по смыслу.

«Компетенция» – это наперед заданное требование к образовательной подготовке выпускника, то, чем он должен овладеть по завершении образования на определённой ступени. «Компетентность» – это интегративное качество личности, проявляющееся в общей способности и готовности её к деятельности, основанное на знаниях и опыте, которые приобретены в процессе обучения и социализации и ориентированы на самостоятельное и успешное участие в деятельности [1]. Понятие «компетентность»включает в себя:

- Способности, которыми наделена личность для того, чтобы выполнить действия в реальной жизни.

- Авторитет человека, который образуют как личностные качества, так и знания в конкретной области, которые были приобретены ранее. Готовность и мужество взяться за решение поставленной задачи.

- Принятие правильного решения на основе полученных знаний или приобретенного на практике опыта.

Исходя из анализа источников по исследуемой проблеме, формирование межкультурной компетенции видится как процесс, направленный на согласование социокультурных миров в сознании студентов, понимание их сходств и различий, осознание взаимодействия языковых и культурных переменных в поведении и речи людей, готовность к разрешению проблем, связанных с различиями в культуре и коммуникации [5]. На сегодняшний день, мировой опыт показывает, что наиболее успешной стратегией достижения межкультурной компетенции является интеграция — сохранение собственной культурной идентичности наряду с овладением культурой других народов. По мнению немецкого культуролога Г. Ауэрнхаймера, обучение межкультурной компетенции должно начинаться с направленного самоанализа и критической саморефлексии. На начальной стадии должна быть воспитана готовность признавать различия между людьми, которая позднее должна развиться в способность к межкультурному пониманию и диалогу [6].

Методы обучения индивида могут быть дидактические — просвещение, ориентирование и инструктаж, и эмпирические — тренинг [7].

Дидактические методы:

- просвещение — приобретение знаний о культуре, к контакту с которой человек целенаправленно готовится; перед поездкой в другую страну необходимо ознакомиться с ее историей, географией, обычаями, традициями ее жителей;
- ориентирование — представляет собой обучающую программу, цель которой — быстро познакомить человека с основными нормами, ценностями и правилами поведения в чужой культуре.
- инструктаж — знакомство человека с проблемами, которые могут возникнуть в стране пребывания;

Эмпирические методы:

- тренинг — проигрывание конкретных ситуаций, рассмотрение их с точки зрения различных культур.

Неотъемлемой частью является подготовка специалистов по межкультурной коммуникации, для этого существуют межкультурные тренинги. Они представляют собой мероприятия, предлагающие возможности для межкультурного обучения, и способствующие приобретению межкультурной компетентности [7].

Собственно процесс овладения межкультурной компетентностью преследует цели: управлять процессом взаимодействия, адекватно интерпретировать его, приобретать новые культурные знания из контекста конкретного межкультурного взаимодействия, т.е. осваивать иную культуру в ходе коммуникативных процессов [4].

Основными направлениями формирования являются следующие:

- развитие способности рефлексировать собственную и чужую культуру, что изначально подготавливает к благожелательному отношению к проявлениям чужой культуры;
- пополнение знаний о соответствующей культуре для глубокого понимания диахронических и синхронических отношений между собственной и чужой культурами;
- получение знаний об условиях социализации и инкультурации в собственной и чужой культуре, о социальной стратификации, социокультурных формах взаимодействия, принятых в обеих культурах [7].

Межкультурная компетенция включает в себя готовность специалиста по туризму и гостиничному сервису изучать различные культуры с целью комфортного существования в международной среде. Она направлена на преодоление узости кругозора, постижения взаимовлияния народов. Особенности этой деятельности включают необходимость высокого уровня владения специальными знаниями, развития этической и этнической культуры, а также профессионально значимых личностных качеств, поэтому знания в области межкультурной деловой коммуникации персонала сферы туризма и гостиничного сервиса приобретают особое значение[3].

Формирование межкультурной компетенции в процессе обучения достигается:

- путем овладения межъязыковой компетенцией с помощью усвоения особенностей фонетической, грамматической и лексической систем иностранного языка, или, прежде чем осуществлять межкультурную коммуникацию, переводчик должен владеть языком страны, с представителями которой он ведет этот диалог;
 - изучения истории и культуры страны изучаемого языка;
 - изучения географии, экономики, этнографии и быта страны, изучаемого язык;
- использования психологических и коммуникативных тренингов.

Для выяснения уровня знаний у студентов «Колледжа туризма и гостиничного сервиса» в области межкультурной компетенции был составлен опрос. В опросе участвовали студенты второго курса направления «Туризм». Всего опрос прошло 83 человека. Опрос состоял из трёх разделов. Первый раздел содержал общие вопросы о понятии «Межкультурная компетенция» (что включает в себя это понятие; где и когда оно появилось; зачем оно нужно в профессиональной среде; нужно ли оно в профессиях связанных непосредственно с туризмом; как сами студенты оценивают свой уровень осведомленности в этой области т.д. Второй раздел содержал вопросы, чтобы проверить знают ли студенты понятия, которые тесно связаны с «межкультурной компетентностью» (этноцентризм, этнические стереотипы, культурный релятивизм, культурный шок).

Третий раздел содержал вопросы, которые были основаны на материале о традициях и обычаях различных народов мира, национальных особенностях, законах и уставах, принятых за рубежом.

Результаты опроса показали, что 75% опрошенных знают, что означает понятие «межкультурная компетенция», где и когда оно появилось. Так же 90% процентов опрошенных ответило, что знания в область «межкультурной компетентности» пригодятся им в их будущей профессии, но на сегодняшний день 48% опрошенных оценивают свои знания в этой области «на среднем уровне, 19% «на высоком уровне» и 33% на уровне «ниже среднего», но при этом больше половины опрошенных хотят повысить свои знания. Так же выяснилось, что большинство студентов уже сталкивались с межкультурным взаимодействием, в котором они чувствовали нехватку собственных знаний (61,3%). Во втором разделе, 85% процентов учащихся показали, что они хорошо осведомлены и разбираются в таких понятиях, как культурный шок, этноцентризм, толерантность и т.д. В культурноспецифическом разделе, 83% процента опрошенных, что они хорошо осведомлены о обычаях и традициях разных народов мира.

Общий вывод: студенты второго курса направления «Туризм» обладают знаниями в области межкультурной компетенции на уровне «средний - выше среднего», учащиеся считают, что знания о межкультурной компетенции будут необходимы им в их будущей профессии и поэтому они хотят совершенствоваться и узнавать еще больше о разных традициях, обычаях и культурах, чтобы в будущем стать профессионалами своего дела.

В заключение хочется отметить, что формирование у учащихся межкультурной компетенции означает готовность к межкультурному взаимодействию, основываясь на уважении разных культурных ценностей. Межкультурная компетенция и коммуникация - это неотъемлемый фактор туризма, гостиничного сервиса и международной туристской деятельности, который предполагает взаимодействие представителей разных культур в процессе совместной профессиональной деятельности туризма и гостиничного сервиса.

Среди критериев эффективности межкультурного взаимодействия и владения знаниями в области межкультурной компетентности выделяется успешное выполнение своих профессиональных задач в чужой среде, способность к конструктивному общению, включающее хорошее знание языка, гармоничные социальные отношения между гостем и представителями принимающей стороны.

Список используемой литературы:

[1] *Амельченко Т.В.* Профессиональная компетентность будущего специалиста: теоретические основы. Чита: Чит ГУ, 2006.

[2] *Лиханова В.В.* Модель формирования межкультурной компетентности специалистов сервиса и туризма // Вестник Бурятского государственного университета: науч. журнал.- Издательство Бурятского государственного университета.-2014.

[3] *Назырова А.С.* Межкультурная компетентность как содержательная проблема готовности студентов к межкультурной коммуникации // Педагогическое образование в России – 2012.

[4] *Почебут Л. Г.* Кросс-культурная и этническая психология. – Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 336 с.

[5] *Садохин А. П.* Межкультурная компетентность: понятие, структура, пути формирования // Известия Академии педагогических и социальных наук. - М., 2007.

[6] *Садохин А.П.* Межкультурная компетентность: сущность и механизмы формирования. М.: МГУКИ, 2009.

Интернет-источники

[7] *Волкова П.Ю.*, Формирование межкультурной компетенции - <https://studfile.net/preview/6277783/>

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

Студент: Кутимов Евгений

Преподаватель-консультант:

Сытник Ирина Викторовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Цель работы: анализ и изучение перспектив развития инновационного направления в строительной сфере, связанного с экологией и охраной окружающей среды.

Гипотеза: применение экологических тенденций, подразумевающих минимальные воздействия на окружающую среду; сохранение и повышение качества зданий и их комфортности; создание благоприятной среды обитания человека.

Задачи: сокращение совокупного, за весь жизненный цикл здания, пагубного воздействия строительной деятельности на здоровье человека и окружающую среду, что достигается посредством применения новых технологий и подходов; создание новых строительных материалов; снижение нагрузок на региональные энергетические сети и повышение надёжности их работы; создание новых рабочих мест в интеллектуальной сфере производства; снижение затрат на содержание зданий.

«Зелёное строительство» (от англ. «Green Building») – это способ строительства и эксплуатации зданий, при котором уменьшается воздействие на окружающую среду и обеспечиваются благоприятные условия для человека. Его главные компоненты: безопасность, качество и источник строительных материалов; эффективность систем энергообеспечения и энергосбережения; водосбережение; дизайн и качество окружающей среды.

Концепция строительства «зеленых» зданий подразумевает проектирование, строительство, эксплуатацию, обслуживание и утилизацию всех материалов в конце срока их службы, которые обеспечивают безопасность для здоровья людей, повышение производительности труда, разумное использование природных ресурсов и уменьшение воздействия на окружающую среду. Другими словами, каждый этап при «зеленом» строительстве выполняется в соответствии с экологической целесообразностью.

Треть всей потребляемой энергии на планете уходит на поддержание необходимой температуры внутри зданий и на их освещение. Специалисты утверждают, что можно сэкономить примерно половину энергетических ресурсов, если постепенно вводить в эксплуатацию «зелёные» архитектурные сооружения.

В сегменте жилой недвижимости «зеленое» строительство в России все чаще стали появляться дома, соответствующие этому стандарту. Примером такого инновационного проекта являются ЖК «Триумф Парк» в Санкт-Петербурге, получивший свидетельство BREEAM. Экономия электроэнергии осуществляется за счёт энергосберегающих ламп, датчиков движения и датчиков освещённости. Все эти меры вместе с бесшумным лифтом позволяют жильцам платить на 40% меньше за электричество. Раздельный сбор мусора обеспечивает экологичность эксплуатации ЖК, а во время строительства девелоперы использовали бесшумные краны и вкручивающиеся сваи, что также удовлетворяет требованиям «зелёных» стандартов. Вокруг Санкт-Петербурга появляются коттеджные поселки которые так же соответствуют стандартам «Зеленое строительство». Да и сами люди стремятся организовать свое жилье внутри по принципу «умный дом».

В РФ создано несколько центров стратегических разработок в области стандартов зелёного строительства: RuGBC (Российский Совет по Экологическому строительству),

некоммерческое партнерство «Центр экологической сертификации — Зелёные стандарты», FSC — Russia (Лесной Попечительский Совет в России).

«Зеленые кровли» в России имеют все шансы стать одной из самых популярных тенденций: история высаживания растений на крышах насчитывает многие столетия, даже в имперской России на крышах домов знатных людей порой разбивали сады. Использование растительного покрова вместо традиционного кровельного материала обладает целым рядом преимуществ, хотя и имеет свои недостатки. Города России полнятся многоэтажными домами, зданиями бизнес-центров, торгово-развлекательных комплексов и тому подобных объектов. У большинства этих зданий плоские крыши достаточно большой площади, которые просто пылятся, омываются осадками и обдуваются ветрами. Тем временем внизу, на земле, катастрофически не хватает квадратных метров для создания зеленых зон – все большие территории заливаются асфальтом и превращаются в парковки, площадки для строительства новых домов. В таких условиях озеленение крыши – рациональное решение, оно позволяет увеличить площадь зеленых зон без затраты площади прилегающего участка. Наш климат несколько более суров, чем достаточно мягкие погодные условия большей части Европы, но это не значит, что в наших широтах нельзя создавать зеленые кровли. Просто для них нужно использовать культуры, которые устойчивы к воздействию большого количества солнечного света (равно как и его отсутствию), атмосферных осадков и сильных ветров.

Основные достоинства разбивки газонов, лужаек или даже садов на крышах многоквартирных домов в отечественных городах сводятся к следующим:

- теплоизоляция: озеленение крыши делает дом теплее, позволяя экономить на отоплении;
- гидроизоляция: если технология укладки зеленой кровли соблюдена, то она будет надежно защищать всю постройку от атмосферных осадков и проникновения влаги вглубь несущих конструкций;
- чистый воздух: растения очищают воздух и вырабатывают кислород. Это их свойство в условиях современных российских городов с их загазованностью и смогом имеет особенно большое значение;
- место для отдыха и развлечения: на поверхности крыши можно не только высадить растения, но и поставить скамейки, беседки, спортивные тренажеры, детские игровые площадки – то, что обычно позволяет прекрасно проводить время на наземных зеленых зонах.

Что касается недостатков озеленения, то их меньше:

- необходимость соблюдать технологию;
- необходимость в обслуживании: экстенсивную зеленую кровлю иногда нужно поливать и подпитывать. Порой может понадобиться замена отслужившего почвенного субстрата на новый, а для интенсивного озеленения – еще и высадка новых растений.

Таким образом, при укладке «зеленой» кровли в соответствии с многослойной технологией и готовности хотя бы периодически за ней ухаживать, это становится отличным решением как для многоэтажных, так и для небольших частных домов.

Особенности российских условий заключаются в том, что нужно выбирать неприхотливые и износостойкие культуры.

С 1 ноября 2022 года в России действует национальный стандарт «зеленого» строительства многоквартирных жилых домов. Новый стандарт ГОСТ Р, утвержденный Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии был совместно разработан Минстроем и «Дом. РФ». «Зеленый» стандарт включает в себя 81 критерий, а

для признания новостройки соответствующей ему, необходимо достижение минимум 10.

В ближайшее время на соответствие новому стандарту начнется оценка как введенного в эксплуатацию, так и строящегося жилья.

Для сертификации зданию необходимо соответствовать критериям из 10 категорий оценки. Это архитектура и планировка участка, организация и управление строительством, комфорт и качество внутренней среды, энергоэффективность и атмосфера, рациональное водопользование, материалы и ресурсоэффективность, отходы производства и потребления, экологическая безопасность территории и безопасность эксплуатации здания, а также инновации устойчивого развития. Максимальная оценка здания составляет 163 балла, но для получения «зеленого» сертификата необходимо набрать не менее 81 балла.

«Зелёные» стандарты призваны регламентировать устойчивый подход в строительстве, оценить степень соответствия зданий исходным принципам. Они оценивают здания по широкому спектру категорий экологичности и жизнестойчивости.

Разработка и внедрение стандартов «зелёного» строительства стимулирует развитие бизнеса, инновационных технологий и экономики, улучшает качество жизни общества и состояние окружающей среды. Они являются инструментом разумной экономики -- сохраняют деньги на всех этапах и способствуют интеграции в мировое движение, являются ключом к зарубежным инвестициям и признанию на мировом уровне.

Практика развития «зеленого» строительства в России и опыт внедрения систем сертификации свидетельствует о возможности и эффективности их применения. Анализ показывает, что большинство сертифицированных объектов приходится на бизнес-центры, поскольку высокое качество внутренней среды сказывается как на повышении производительности труда, так и заполняемости офисов, позволяя при этом повышать арендную ставку. При строительстве используются разнообразные передовые технологии автоматизации здания с целью снижения энергозатрат, устанавливается эффективное оборудование с целью снижения водопотребления, оптимизируется система освещения с использованием датчиков освещенности и движения, организуется процесс раздельного сбора отходов для последующей вторичной переработки в целях минимизации количества отходов, которые направлены на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду и пребывание человека.

Строительные организации, участвующие в строительном процессе, обязаны использовать только сертифицированные строительные материалы, что подлежит строгому контролю со стороны государственных надзорных структур.

Ответственный подход к поставкам подразумевает пропаганду и поддержку более широкого внедрения ответственных практических подходов во всей цепочке поставок.

Это может стимулировать спрос на продукцию, предпочтительную с социальной и экологической точек зрения.

Сопоставление приоритетных направлений программы перехода к наилучшим доступным технологиям и экологическому нормированию в России и стратегии в области стандартизации позволяет обосновать целесообразность разработки и практического применения национальных стандартов по наилучшим доступным технологиям как инструментов повышения энерго- и ресурсоэффективности и нормирования воздействия на окружающую среду предприятий по производству строительных материалов.

На территории Ленинградской области появится первая в регионе ветряная электростанция. В строительство объекта, завершить которое планируется в 2024 году, вложат более 7,3 миллиарда рублей. Ветряная электростанция, которая также иногда

называется как «ветряной парк», будет построена в поселке Свирица Волховского района Ленинградской области, запустить ее в работу планируется в 2024 году. Мощность ветропарка «ВЭС Свирица» составит около 71,4 МВт, предполагаемая выработка — более 260 000 МВт/ч «зеленой» электроэнергии.

«"Зеленая" повестка остается актуальной для Ленинградской области», - отметил губернатор региона Александр Дрозденко.

В деревне Низино под Стрельной была создана мощная гибридная солнечная электростанция. Основным источником энергии для жителей этой местности являются генераторные станции. В последнее время владельцы домов стали все чаще использовать **солнечные электростанции** для энергоснабжения.

В данной статье проведён анализ и изучение перспектив развития инновационного направления в строительной сфере, связанного с экологией и охраной окружающей среды.

Список используемой литературы:

[1]. ЭКОСОФИЯ Проект президентской платформы «Россия – страна возможностей»
<https://ecosophy.rsv.ru/page30581761.html>

[2]. Корниенко С. Зеленое строительство – инновационный и социально значимый элемент повышения устойчивости среды, 2020 г.
http://zvt.abok.ru/upload/pdf_articles/447.pdf

ФОРМИРОВАНИЕ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ В 19 ВЕКЕ: РОЛЬ М.М.СПЕРАНСКОГО И В.А.ТАТАРИНОВА

*Марковская Елизавета Сергеевна,
Обучающаяся по направлению подготовки «Юриспруденция»,
Северо-Западный филиал ФГБОУВО «РГУП»*

*Научный руководитель: Сорокина Елена Владимировна,
старший преподаватель кафедры государственно-правовых дисциплин Северо-Западного
филиала ФГБОУВО «РГУП», к.п.н., доцент*

Аннотация. В статье рассматривается период развития бюджетной системы России в 19 веке: в трудах и деятельности М.М. Сперанского и его последователя, В.И. Татаринова. Охарактеризованы финансовые реформы М.М. Сперанского, введение «правильных» налогов. Указывается, что в реформационной работе М.М. Сперанского «План финансов» сформулированы тезисы об установлении гласности бюджета, о проведении экономии в государственных расходах, придании бюджету статус государственного закона. В статье также проанализированы труды и деятельность В.И. Татаринова: работа «Сметные правила», реализация идей которой впоследствии привела к формированию государственного казначейства. Труды и деятельность М.М. Сперанского и В.И. Татаринова лежат в основе принципов современного отечественного бюджетного права и бюджетного устройства.

Ключевые слова: бюджетное устройство, бюджетная система, М.М. Сперанский, В.А. Татаринов, принципы бюджетного права.

Состояние внешней экономики и внутренние социально-экономические процессы в Российской империи девятнадцатого века способствовали становлению и развитию новой государственной бюджетной системы. В этот период активно развернулась деятельность М.М.Сперанского. Основной целью его финансовой реформы стала ликвидация дефицита бюджета, в рамках которой был проведен ряд радикальных изменений. Основным источником пополнения госбюджета должны были стать налоги и экстренные сборы. В «Плане финансов» М.М. Сперанским были сформулированы концептуальные принципы налогообложения, актуальные и по сей день. Согласно М.М.

Сперанскому, «правильные» налоги:

- 1) не должны осушать источников внутреннего богатства;
- 2) распределяются уравнительно;
- 3) не прикасаются к капиталу, нужному для произведения доходов, но отделяются от чистых прибытков;
- 4) дешевы для взимания их правительством, а для частных лиц не притеснительны.

Помимо вышесказанного, в «Плане финансов» предлагалась широкая панорама преобразований государственных финансов: экономия государственных средств, изменение податной системы, расширение источников доходов, прекращение выпуска ассигнаций, замена их разменными на серебро кредитными билетами, установление твёрдой металлической валюты.

В связи с тем, что государственный бюджет России не имел силы закона, М.М.Сперанский считал необходимым установить гласность в утверждении и исполнении бюджета, проводить строгую экономию в государственных расходах, придать бюджету статус государственного закона первостепенной важности.

Стремясь устранить бюджетные дефициты, реформатор добивался, чтобы требуемый новый расход мог быть разрешён исключительно с согласия Государственного совета и санкции императора и при обязательном условии подыскания соответствующих доходных источников. Он предложил увеличение существующих и установления новых налогов. Сперанский считал необходимым перейти к взиманию подоходного налога, а устаревшую подушную подать заменить поземельным налогом, выраженным в денежной форме. В сложившихся условиях он предлагает экстраординарные меры: установление обложения дворянства, не платившего в то время никаких налогов; утверждение налогов на тех, кто имел множество домашних слуг; назначение пошлины на владельцев лошадей в городах. Данные налоги непосредственно задевали дворянство и богатое купечество.

Вместе с тем, исходя из интересов государства и улучшения экономического положения крестьян, предлагалось заменить выполняемые ими натуральные трудовые повинности (ремонт дорог, мостов, гужевую повинность и др.) умеренными денежными податями (налогами). Так, уже 1 января 1810 г. Александр лично вынес финансовый план на заседание Государственного совета, где план был принят.

Идеи бюджетного законодательства, определенные в «Плане Финансов», были реализованы в ряде законодательных актов 1810-1811 гг.:

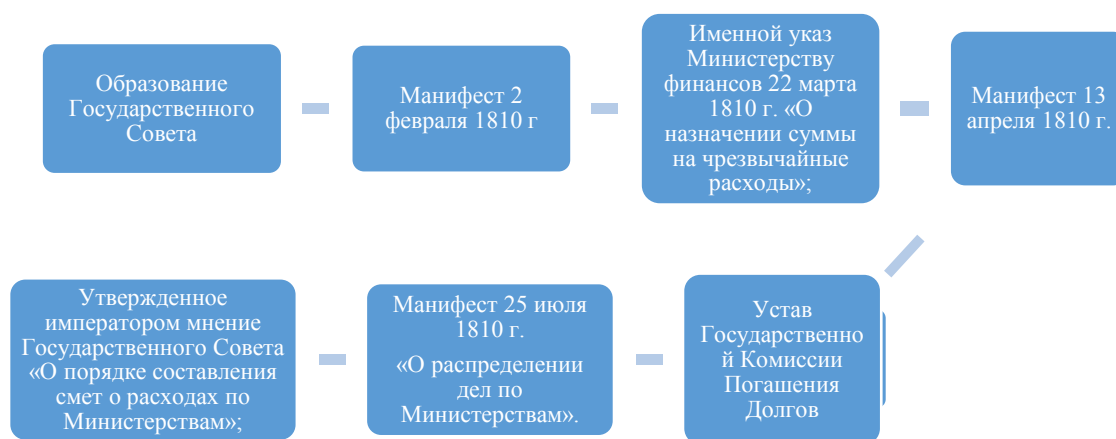


Рисунок 1.1. Правовое закрепление идей, определенных в «Плане Финансов»

Важным итогом реформы стало то, что государственные расходы были сокращены на 20 миллионов рублей. Капитал для погашения задолженности формировался за счет приватизации имущества государства. Государство реализовывало леса, имения, находившиеся в аренде. К покупке были допущены не только купцы и крестьяне, но и иностранные подданные. Для структуризации налогов была проведена перепись. Также государство стало использовать прямые займы за счет повышения ставок по долговым обязательствам. Сперанский был первым, кто обосновал необходимость и прибыльность коммерческих кредитов.

Реформатор предложил сделать главной разменной монетой серебряный рубль. Это позволило увеличить количество денег в обращении. Подобный подход позволил выровнять курс ассигнаций и серебра. За счет этого повысилось доверие к ассигнациям, а процесс их замены на серебряный рубль ускорился. Уже через год государственный долг существенно сократился, а доходы бюджета выросли до 200 миллионов. Сперанский способствовал улучшению финансовой системы, при нем были введены обязательная отчетность и проверка состояния финансовых дел в стране. С его реформ началась практика предварительного обсуждения бюджетов. Так же Сперанский выдвинул идею о

необходимости создания Центрального банка. Однако он был создан только в 1860 году, спустя двадцать лет после смерти реформатора.

Преобразования Сперанского вызвали резкое недовольство дворянства и чиновников. Его всячески пытались сместить. Все изменения происходили на фоне усиления идей политического консерватизма. Угроза нападения со стороны Наполеона также повлияла на реформы. Еще одной проблемой на пути реализации реформы стало ее сокрытие от части социума. В частности, от зарождающегося слоя интеллигенции. Отсутствие гласности погубило вполне эффективные начинания. Почти на десять лет Сперанский был сослан на Урал, но затем вернулся в Петербург и занялся законотворческой деятельностью. Несмотря на то, что предложенные реформы были остановлены, взгляды Сперанского оказали существенное влияние на становление финансового и бюджетного права в России.

«Основным финансовым законом» М.М. Сперанского в России впервые формально была создана система русского бюджетного права, хотя реально в бюджетном деле преобразований не произошло. Значение Государственного Совета и Государственного Контроля было формализовано, и все бюджетное дело фактически сосредоточилось в руках комитетов финансов и министра финансов.

Становление бюджетного права в Российской империи не окончилось нововведениями М.М.Сперанского, тогда на его место пришел разработанный В.А. Татариновым план преобразования финансовой системы, который сводился к двум важнейшим положениям:

1) систематическое, подробное и однообразное для всех управлений составление финансовых смет и такое же исполнение их с безусловным и немедленным обращением всех сметных остатков в распоряжение государственного казначейства;

2) введение единства кассы, т.е. сосредоточение всех денежных средств исключительно в кассах министерства финансов с правом одного только этого министерства заведовать сбором всех государственных доходов и обязанностью производства платежей В процессе исторического развития выработались четыре принципа (актуальные и поныне), которым должен соответствовать бюджет:

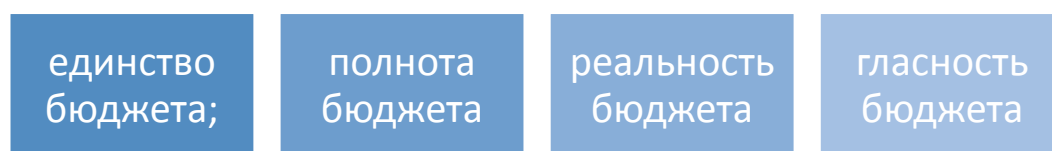


Рисунок 1.2. Принципы бюджета

Данные принципы были развиты и дополнены В.А. Татариновым.

Содержание бюджетной реформы полностью раскрывается через их анализ.

Единство бюджета заключается как в единообразном порядке составления бюджета, так и в едином бюджетном документе. Должен быть один бюджет, в котором отражаются все доходы и расходы государства. Также единство бюджета предполагает распределение (разграничение) доходов и расходов бюджета. Для этого применяется единая бюджетная классификация, то есть группировка доходов и расходов бюджета по однородным признакам. В пределах самого бюджета расходы подразделялись на постоянные, временные, и экстраординарные. Под полнотой бюджета понимается включение в него полностью всех доходов и расходов, как государства в целом, так и его органов власти. Реальность (правдивость) бюджета предполагает, что все его суммы доходов и расходов должны быть обоснованы и правильны. Гласность бюджета означает

его обсуждение и утверждение законодательным органом страны с последующей публикацией.

В результате реализации в Российской Империи бюджетной реформы 1862 года такой подход к организации бюджетного хозяйства получил формальное закрепление в Правилах "О составлении, рассмотрении, утверждении и исполнении Государственной росписи и финансовых смет министерств и главных управлений", Высочайше утверждённых 22 мая 1862 года. Согласно указанному документу, все государственные доходы и расходы, за исключением специально определенных, подлежали включению в Государственную роспись. Государственная роспись составлялась из частных финансовых смет Министерств и Главных управлений.

22 мая 1862 г. Сметные правила были дополнены новыми постановлениями. Номера статей, обозначения пунктов и номенклатура всех сметных подразделений должны были оставаться в сметах неизменными, согласно установленной классификации, до тех пор пока Министерство финансов и Государственный контроль признают необходимым войти в Государственный совет с представлением об общем исправлении нумерации. В случае исключения из смет какого-либо дохода, его место должно было оставаться незамещённым до внесения в смету такого же точно дохода. Вновь появившиеся доходы, для которых не имелось в сметах соответственных статей или пунктов, должны были показываться ведомствами в конце их доходных смет без номеров, параграфов и статей. То есть изначально запланированное единство государственного бюджета Российской Империи было подвержено различным значительным изъятиям в части единства бюджетного документа и единства бюджетной классификации.

Говоря о положительных тенденциях, необходимо отметить, что с целью единства государственного бюджета был совершен переход от устаревшего принципа специализации доходов, когда каждая расходная статья обеспечивалась собственным доходным источником, к принципу специализации кредитов, то есть, строго целевому использованию ассигнованных в соответствии с утверждёнными сметами средств, полученных за счёт поступления государственных доходов, без различия источников этих доходов.

Сметные правила устанавливали норму, в соответствии с которой в финансовые сметы министерств и главных управлений не вносились:

- 1) доходы и расходы сословий или обществ на их собственные надобности, а также суммы, назначаемые на удовлетворение губернских и частных земских повинностей;
- 2) расходы и доходы отдельных благотворительных учреждений, содержащихся независимо от частных приношений из указанных законом источников или на счёт пособий, даруемых правительством;
- 3) денежные средства для специальных целей, преимущественно пожертвования и доходы, находящиеся под контролем правительства, но не относящиеся к казне. По ним представлялись при финансовых сметах особые приложения.

Государственная роспись становилась всё более полным документом. Однако нормы бюджетного законодательства, содержавшие положения о полноте бюджета, во многом были противоречивы, и желаемый результат достигнут не был. В качестве основного достижения отметим: Министерства и Главные управления не могли по собственному усмотрению изменять сметное назначение кредитов, накапливать неиспользованные остатки ассигнованных сумм.

В Сметных правилах упоминалось, что по получению финансовых смет министерств и главных управлений Министерство финансов проверяло, оправдывался ли предмет и размер предполагаемых назначений смет.

На основе Высочайше утвержденного 29 декабря 1872 г. Мнения Государственного совета, исчисление издержек взимания доходов, установленное Правилами составления финансовых смет, в государственной росписи не показывалось.

Государственный контроль по получению финансовых смет проверял их на соответствие действующему законодательству, а также по всем сметам производил проверку сметных предположений.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что двойной предварительный контроль служил истинности/правдивости Государственного бюджета Российской Империи.

В соответствии со Сметными правилами, законодательное утверждение Государственной росписи Российской Империи осуществлял Государственный совет через рассмотрение самой росписи и частных финансовых смет общим собранием, а затем представлял рассмотренные документы на Высочайшее утверждение. После публикации росписи министрам открывались кредиты в Государственном казначействе.

Бюджетная реформа имела огромное значение для бюджетного хозяйства России. Некоторые её положения базировались на идеях начала века, сформулированных М.М. Сперанским. В документах реформы впервые воплотились принципы рациональной организации бюджетного процесса и ведения бюджетного хозяйства, которые сохраняют значение и поныне.

Таким образом, на основании изученных фактов о формировании бюджетной реформы 1862-1868 гг. можно сделать следующие выводы: в первой половине 60-х гг. XIX в. преобразования, проводимые В.А. Татариновым, были совершенно необходимы и способствовали упорядочению финансового управления. В силу определенных российских особенностей, таких, как раздутость государственного аппарата, менталитет чиновников, сословность, упорядочить бюджетные отношения при помощи экономических средств не представлялось возможным. Ввиду этого, правительство тщательно подготовило и поэтапно ввело новые правила регулирования бюджетных отношений. Новые законы установили значительное ограничение бюджетной самостоятельности Министерств и Главных управлений, принцип бюджетного и кассового единства, общую систему бюджетного учета и отчетности. Официально вводился принцип гласности бюджета. Регулярная публикация в прессе государственной росписи доходов и расходов подняла престиж российских финансов за границей. При этом полнота и реальность бюджета оставались недостаточно затронутыми реформой.

Финансовый вклад реформаторов девятнадцатого века оказал непосредственное влияние на весь строй финансового управления в России. Они позволили качественно оформить государственный контроль над бюджетными средствами, благодаря чему нынешние изменения в финансовом праве, происходят с опорой на исторический опыт.

Список используемой литературы:

- [1]. Андреев В.Е. «Правовые проблемы финансового контроля»: Ростов-на-Дону, 2005.
- [2]. Блюх Ив. «Устройство финансового управления и контроля в России в историческом их развитии»: СПб., 1895.

- [3]. Коломиец А.Г. Финансовые реформы Русских царей от Ивана Грозного до Александра Освободителя. Очерки. М., 2001.
- [4]. Об изменении классификации государственной росписи доходов и доходных смет. СУРИ. 1891. № 74. Ст.786.
- [5]. Правила о составлении, рассмотрении, утверждении и исполнении Государственной росписи и финансовых смет министерств и главных управлений. СПб., 1866.
- [6]. Сакович В. «Государственный контроль в России»: СПб., 1896.
- [7]. Семухина Е.В., Кравченко Л.А. Реализация защиты прав лиц с ограниченными возможностями в праве и социальной политике государства/ Правовое регулирование сферы здравоохранения: вопросы теории и практики. Коллективная монография/ Под научной редакцией В.И.Кайнова, Е.В. Семухиной. - Киров, 2020. - С. 80-88.
- [8]. Шмелев К.В. Правовое регулирование бюджетных отношений в дореволюционной России (1862-1904 годы): Диссертация на соискание ученой степени к.ю.н.: Нижний Новгород, 2004.
- [9]. Ялбулганов А.А. Государственный контролер В.А. Татаринов и реформы финансового контроля в России (1850-1860-ые гг.) // Финансы. 2000. - № 1.

РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ СЕРВИСА И УСЛУГ

Студентка: Власова Наталья

Преподаватель-консультант:

Радзевич Ирина Даниеловна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Цель исследования: Изучение коммуникативной компетенции специалистов сервиса и услуг, а также её роли в жизни общества.

Гипотеза: Специалист обязан быть приспособленным к грамотно изложенному и выразительному общению с клиентами, а также должен знать основы этикета делового общения и владеть необходимыми навыками. А именно: коммуникабельность, вежливость, способность выйти из трудной (конфликтной) ситуации при общении с клиентом.

Методы исследования: Анонимное анкетирование.

Общение играет большую роль как в повседневной жизни, так процессе труда, при общении с коллективом, партнерами и клиентами. Особенно оно играет важную роль в трудовой деятельности специалиста индустрии сервиса и услуг. Процесс развития коммуникативно-сервисной компетентности у будущих специалистов является необходимым условием успешной реализации в профессиональной деятельности.

Коммуникативная компетенция – это способность по средствам языка осуществлять речевую деятельность в соответствии с целями и задачами общения в рамках той или иной сферы деятельности. В основе коммуникативной компетенции лежит комплекс умений, позволяющих участвовать в речевом общении, в его продуктивных и рецептивных видах. В психологии профессионального и делового общения под коммуникациями следует понимать формальные каналы взаимосвязи, которые позволяют работникам реализовывать свои профессиональные качества, достигать поставленные цели, посредством общения [1].

Социальная психология рассматривает три стороны процесса коммуникации. Эти стороны являются основными в процессе личностной социализации в повседневной и профессиональной сферах:

- ✓ перцептивная сторона – предполагает взаимное восприятие собеседниками друг друга. В этот момент складываются первые впечатления о собеседнике, симпатии или антипатии, происходит понимание мотивов поведения партнеров, его настроения и желания;
- ✓ коммуникативная сторона – направлена на обмен знаковыми сообщениями, высказываниями и информацией, необходимой для поддержания диалога с клиентов;
- ✓ интерактивная сторона – необходима для активной реализации проектов и принятие решений исходя из полученной от собеседника информации [2].

Важными аспектами в построении грамотной коммуникабельной компетенции являются следующие аспекты: речь, слух, дикция, начитанность, память, а также возможность импровизации. Все эти аспекты и помогают построить диалог на профессиональном уровне, который не помешает отношениям и не обидит собеседника.

Коммуникативную компетентность специалиста сферы сервиса и туризма характеризуют четыре вида способностей. Ими должен владеть каждый специалист сферы услуг и сервиса для успешной реализации своей профессиональной деятельности. К таким способностям относят:

- ✓ конструктивные – основа мыслительной деятельности, проявляющаяся в умении отобрать и правильно оформить материал, выбрать актуальную и важную информацию, а также понятно и убедительно преподнести эту информацию клиенту;
- ✓ коммуникативные – выражаются в умении устанавливать деловые отношения с людьми, сохранять их на весь период общения, строить взаимоотношения, правильно выяснить предпочтения гостя, его опасения и страхи;
- ✓ организаторские – служат для направления внимания гостя на необходимые детали;
- ✓ аналитические – выражаются в самокритичном анализе своей работы, объективной оценке качества работы с клиентом, разборе положительных и отрицательных аспектов данного общения [3].

Специалист сферы сервиса и туризма должен быть коммуникативным и способным привлечь внимание клиента своей компетентностью не только в области знаний и умений, но и в сфере владения коммуникативной культурой. В практике развития коммуникативной компетенции как фактора успешной социализации существуют несколько видов общения. Основаниями для различения этих видов являются психологическая и социальная дистанция между партнёрами, а также цель и статус самого процесса общения.

Также, следует отметить, что основные общие требования к обслуживающему персоналу содержатся в Национальном стандарте Российской Федерации (ГОСТ Р 54603-2011), действующем с 1 января 2013 года, в котором выделены основные качества и способности, которыми должен обладать обслуживающий персонал:

- ✓ способность к обслуживанию;
- ✓ способность к тактичному управлению персоналом при организации обслуживания;
- ✓ способность использования системы мотивации в службах;
- ✓ способность управлять остроконфликтными ситуациями;
- ✓ знание правил межличностного общения и этикета при телефонном разговоре;
- ✓ знание основ психологии;
- ✓ умение отвечать на претензии гостей и их вопросы [5].

Общение в сфере сервиса и туризма представляется основным аспектом профессиональной деятельности и выдается как функцией взаимодействия, так и многофункциональной категорией. Способность устанавливать и поддерживать контакты с другими людьми является выражением коммуникативной культуры специалиста индустрии сервиса и услуг.

Для повышения уровня коммуникативной компетенции у специалиста сферы сервиса и услуг необходимо:

- ✓ наличие знаний и представлений об этических нормах в современном мире;
- ✓ понимание специфики коммуникативной компетенции и общения, как особого вида взаимодействия между людьми;
- ✓ повышение уровня коммуникативной компетенции через беседу с конкретным лицом, в данном случае клиентом [4].

Проведённое анкетирование, составленное по теме «Коммуникационные компетенции специалистов сервиса и услуг» показало, что профессии сервиса и услуг важны на данный момент в жизни общества и играют важную роль, так как люди довольно часто прибегают к профессиональному общению со специалистами. Также было отмечено, что большинство людей считают приоритетными в общении специалистов с

клиентами именно вежливость, знание этикета и уважение к клиенту. Специалистам стоит обратить внимание на развитие культуры, правильного подхода к людям и внимательности.

Как вывод, нужно отметить, что коммуникация представляет собой широкий процесс, который связан с межличностным общением специалиста индустрии сервиса и услуг и клиента, важным направлением которой является общение и получение информации. В коммуникативном процессе с клиентом должны быть грамотно изложены и представлены необходимые мысли и высказывания. Основным аспектом – общение, формирование обратной связи и преодоление коммуникационных барьеров, таких как недопонимание, плохое построение речи, неправильная постановка цели общения, неудачная попытка формирования связи. Для того, чтобы преодолеть коммуникационные барьеры, необходимо изучать информацию, практиковаться и проходить мероприятия для обладания общепринятого этикета делового общения.

Таким образом, формирование коммуникативной компетентности у специалистов сферы индустрии сервиса и туризма – это процесс, направленный на установление и развитие связи, порождаемый их потребностями в совместной деятельности или достижении взаимовыгодных договоренностей и значимость эффективной коммуникационной деятельности. Живое общение остается неотъемлемой частью индустрии сервиса и услуг, а значит проблема повышения уровня коммуникативной компетенции у специалистов данной сферы остается актуальной и на сегодняшний день.

Список использованной литературы:

- [1] *Галкина Е.Н.* Формирование профессионально-коммуникативной компетентности у специалистов индустрии питания и гостеприимства // Мир науки: интернет-журнал. Том 6.- 2018.-№3.- с.1-6.- URL: <https://mir-nauki.com/PDF/09PDMN318.pdf?ysclid=lachz643v8141670503> . Дата публикации:18.06.18
- [2] *Гвазава В.И.* Коммуникативная компетентность специалиста сервиса // Записки горного института: журнал. – Издательство Санкт-Петербургского горного университета.- 2011.-№8.- с.112 // КиберЛенинка: электронная библиотека.-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-kompetentnost-spetsialista-servisa?ysclid=lacgjtex6r129724103> (дата обращения:11.11.22)
- [3] *Мутавчи Е.П., Самонова Е.В.* Коммуникативно-сервисная компетентность специалистов сферы гостеприимства // Мир науки, культуры, образования: науч. журнал.- 2016.-№6.-с. 86.-// КиберЛенинка: электронная библиотека.- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-servisnaya-kompetentnost-spetsialistov-sfery-gostepriimstva> (дата обращения:11.11.22)
- [4] *Рыкун Г. Н., Суринова С. В.* Коммуникативная компетентность как основа предоставления высокого уровня сервиса в сфере гостеприимства // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса: сетевой науч. журнал. –Т. 5.- 2019, №4.- с. 32-37.- DOI10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-4
- [5] *Хатикова З.В.* Внутренние стандарты обслуживания в индустрии гостеприимства //Ученые записки (Алтайская государственная академия культуры и искусства: науч. журнал .-Издательство: АГАКИ, 2017.-с.102.- // КиберЛенинка: электронная библиотека.- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennie-standarty-obsluzhivaniya-v-industrii-gostepriimstva> (дата обращения:11.11.22)

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА

*Давыдова Ирина Николаевна,
преподаватель гуманитарных дисциплин
Колледж туризма Санкт-Петербурга*

Аннотация. В статье приводится описание ценностных ориентаций студентов колледжа туризма на основе результатов методики М. Рокича и письменного опроса. Дается сравнительный анализ терминальных и инструментальных ценностей учащихся.

Ключевые слова: ценностные ориентации, терминальные ценности, инструментальные ценности.

Психологическая наполненность юношеского возраста связана с развитием самосознания, личностного и профессионального самоопределения. По мнению Ю.Б. Гиппенрейтер в этом периоде идет становление социального и духовного граней личности, выражающихся в ценностно – нравственном самоопределении [1; 3]. И.С. Кон отмечает, что главный вопрос, требующий разрешения на данном возрастном этапе: «Кто Я?», отражающий внутреннюю позицию личности, «уровень ценностно-смысловой детерминации» [4]. Можно сказать, что человек коммуницирует с социумом в контексте ценностей и смыслов [5], а **ценностные ориентации** отражают стержневые характеристики личности, мировоззренческие постулаты, стратегию жизненных целей (Б.В.Зейгарник, Б.С.Братусь, М.Р.Гинзбург, Л.С.Выготский, Л.И. Божович, Д.А. Леонтьев и др.) [2].

Целью нашего исследования является анализ ценностно-мотивационной сферы студентов колледжа.

Объектом изучения являются ценностные ориентации.

Для сбора эмпирических данных использовались следующие **методы:**

- методика М. Рокича «Ценностные ориентации»,
- письменный опрос («*Что является для вас наиболее важным в жизни?*»),
- беседа на тему личностного самоопределения и жизненных ценностей.

Обработка результатов была осуществлена с применением математико-статистических методов анализа данных и метода графического анализа.

В исследовании приняли участие 41 студент 1 курса, 18 юношей и 23 девушки (рис.1) по специальностям:

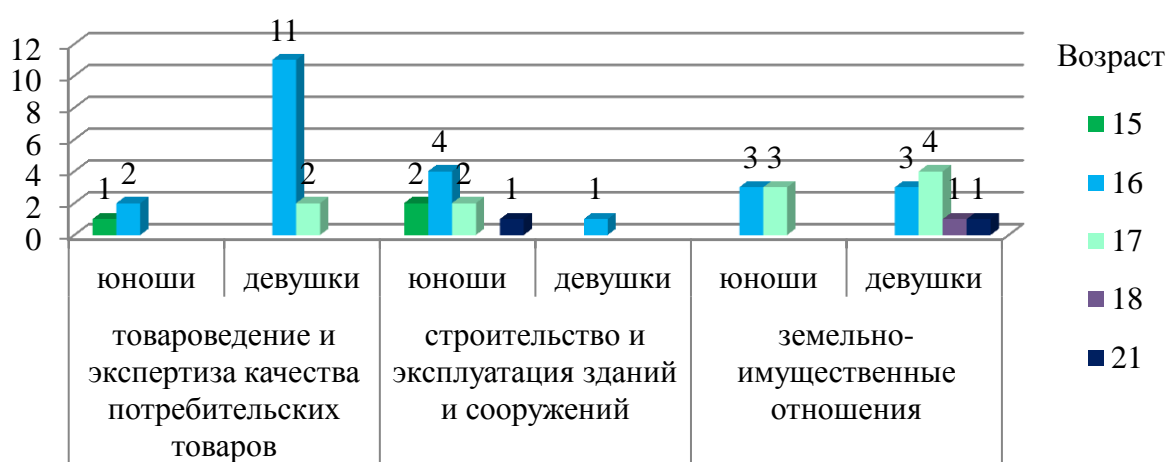
- строительство и эксплуатация зданий и сооружений (n = 16),
- товароведение и экспертиза качества потребительских товаров (n = 10),
- земельно-имущественные отношения (n = 15).

Рис. 1. Распределение выборки по полу



Средний возраст респондентов составляет 16,5 лет (рис. 2).

Рис. 2. Описание выборки



Рассмотрим более подробно результаты, полученные по методике М. Рокича, основанной на ранжировании списка ценностей.

Методика предусматривает деление ценностей на 2 категории:

- терминальные - приравниваются к жизненным целям (самоценности или ценности-цели);
- инструментальные - определяют приоритетные личностные черты и способы достижения значимых целей (ценности-средства).

Абсолютным первенством обладает ценность физического и психического здоровья (рис. 3, табл. 1).

Рис. 3. Распределение по рангам терминальных ценностей (N = 41)



Среди терминальных ценностей преобладают «конкретные» (активная деятельная жизнь, здоровье, интересная работа, материально обеспеченная жизнь, друзья, общественное признание, продуктивная жизнь, семья, удовольствия)- средний ранг 8,6 и ценности личной жизни (любовь, друзья, свобода семья, развлечения) – 7,4. Сравнивая ценностные ориентиры девушек и юношей (табл. 1) отметим, что доминирующее значение занимают также ценности личной жизни и «конкретные», преобладая над ценностями профессиональной самореализации (активная деятельная жизнь, интересная работа, общественное признание, продуктивная жизнь и развитие) и «абстрактными» (жизненная мудрость, красота природы и искусства, любовь, познание, развитие, свобода, счастье других, творчество и уверенность в себе).

ТЕРМИНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ			
девушки		Юноши	
1	Здоровье	1	Здоровье
2	Наличие хороших и верных друзей	2	Материально обеспеченная жизнь
3	Любовь	3	Наличие хороших и верных друзей
4	Свобода	4	Свобода
5	Интересная работа	5	Развитие
6	Материально обеспеченная жизнь	6	Познание
7	Уверенность в себе	7	Жизненная мудрость
8	Жизненная мудрость	8	Уверенность в себе
9	Активная деятельная жизнь	9	Интересная работа

10	Счастливая семейная жизнь	10	Любовь
11	Развитие	11	Продуктивная жизнь
12	Продуктивная жизнь	12	Развлечения
13	Творчество	13	Активная деятельная жизнь
14	Развлечения	14	Счастливая семейная жизнь
15	Познание	15	Общественное призвание
16	Красота природы и искусства	16	Красота природы и искусства
17	Общественное призвание	17	Творчество
18	Счастье других	18	Счастье других

Табл. 1. Распределение терминальных ценностей

Среди инструментальных ценностей значимыми для выборки в целом являются (рис. 4):

- **этические ценности** (ответственность, высокие запросы, независимость, самоконтроль и широта взглядов) – среднее ранговое значение 8,6;
- **конформистские ценности** (воспитанность, самоконтроль, широта взглядов) – 7;
- **ценности самоутверждения** (независимость, образованность, твердая воля, смелость, высокие запросы, непримиримость к недостаткам в себе и других, эффективность в делах) – 11.

Рис. 4. Распределение по рангам инструментальных ценностей (N = 41)



Наиболее важными для девушек и юношей являются ценности воспитанности и независимости, располагающиеся на первых трех местах списка (табл. 2). Различия в системе ценностных ориентиров отражаются в следующем:

▪ для девушек более значимыми являются ценности общения (*воспитанность, жизнерадостность, терпимость, чуткость, честность, непримиримость к недостаткам в себе и других*) (ср. ранг – 8,3, юноши – 11,5) и ценности принятия других людей (*самоконтроль, терпимость, чуткость, широта взглядов, честность*) (ср. ранг – 8,6, юноши – 12,8);

▪ юноши как более важные отмечают ценности этические (ср. ранг – 7,6, девушки - 9) и ценности самоутверждения (*независимость, высокие запросы, образованность, смелость в отстаивании своего мнения, взглядов, твердая воля, эффективность в делах, непримиримость к недостаткам в себе и других*) (ср. ранг – 11,1, девушки - 12).

ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ			
девушки		Юноши	
1	Жизнерадостность	1	Воспитанность
2	Воспитанность	2	Независимость
3	Независимость	3	Ответственность
4	Образованность	4	Исполнительность
5	Самоконтроль	5	Самоконтроль
6	Честность	6	Рационализм
7	Аккуратность	7	Жизнерадостность
8	Ответственность	8	Аккуратность
9	Чуткость	9	Образованность
10	Рационализм	10	Честность
11	Терпимость	11	Эффективность в делах
12	Широта взглядов	12	Смелость в отстаивании своего мнения, взглядов
13	Твердая воля	13	Твердая воля
14	Эффективность в делах	14	Высокие запросы
15	Смелость в отстаивании своего мнения, взглядов	15	Широта взглядов
16	Исполнительность	16	Терпимость
17	Высокие запросы	17	Непримиримость к недостаткам в себе и других
18	Непримиримость к недостаткам в себе и других	18	Чуткость

Табл. 2. Распределение инструментальных ценностей

Также можно отметить, что для респондентов характерно следующее распределение блоков инструментальных ценностей по среднему ранговому значению (табл. 3)

Блок ценностей	Содержание блока	Значение (ср. ранг)		
		девушки (n = 23)	юноши (n = 18)	Общее (N = 41)
Этические ценности	ответственность, высокие запросы, независимость, самоконтроль, широта взглядов	9	7,6	8,6
Ценности дела	аккуратность, исполнительность, образованность, рационализм, твердая воля, эффективность в делах, смелость в отстаивании своего мнения	11,3	9	9,6

Ценности общения	воспитанность, жизнерадостность, терпимость, чуткость, честность, непримиримость к недостаткам в себе и других	8,3	11,5	9,8
Конформистские ценности	воспитанность, самоконтроль, широта взглядов	6,3	7	7
Индивидуалистические ценности	независимость, непримиримость к недостаткам в себе и других, рационализм, смелость в отстаивании своего мнения, твердая воля	11,8	10	10,4
Альтруистические ценности	терпимость и чуткость	10	17	15

Табл. 3. Распределение блоков инструментальных ценностей

В качестве предварительных итогов, можем заключить, что в целом для студентов, проходивших исследование, характерна ориентация на конкретные жизненные ценности и личностную сферу (здоровье, материально обеспеченная жизнь, наличие хороших и верных друзей, интересная работа). Такие же результаты отражены и в ответах на письменный опрос: «Что является для вас наиболее важным в жизни?», в котором первые места по популярности занимают здоровье, семья, деньги, друзья и хорошая работа.

Общими для респондентов являются ценности «здоровье» и «семья», различными: для девушек - «любовь», для юношей - «деньги».

Обобщая информацию по выбору инструментальных ценностей, составим **аксиологический портрет современного студента колледжа**, отражающий приоритетные личностные черты: ответственный, обладающий широким кругозором и высокой общей культурой, с хорошими манерами и чувством юмора, сдержанный и способный действовать самостоятельно. Девушками особо отмечается такая ценность, касающаяся характера, как жизнерадостность – по мнению студенток, это позитивный настрой, «видеть жизнь в светлых красках», оптимистичность, бодрое настроение, умение не унывать, если что-то не ладится, не падать духом.

Исследование ценностных ориентаций является актуальным и значимым в педагогической практике, так как отражает отношение к другим людям, профессиональной деятельности и миру в целом, показывает сформировавшуюся поведенческую модель, и более глобально - социальные и культурные изменения, происходящие в молодежной среде. Перспективами дальнейшего изучения ценностно - мотивационной сферы является расширение круга применяемых методик и увеличение выборочной совокупности, которая позволит проанализировать ценностные ориентации по ряду специальностей.

Список использованной литературы:

- [1]. Гиппенрейтер Ю.Б. Введение в общую психологию. Курс лекций. - М.: ЧеРо, 2019. - 336 с.
- [2]. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. - М.: Изд - во «Институт психологии РАН», 2016. - 334 с.
- [3]. Киселева И.Н., Маланов И.А. Нравственные ценности как фактор профессиональной адаптации студентов // Вестник БГУ. Образование. Личность. Общество, 2018. №1.
- [4]. Кон И.С. Психология юношеского возраста: (Проблемы формирования личности).

Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов. - М.: Просвещение, 2021. -175 с.

[5].Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. - 3-е изд., доп. - М.: Смысл, 2020. - 511 с.