МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**НОВГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО**

НАУКА, БИЗНЕС, ВЛАСТЬ – ТРИАДА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

V международная научно-практическая конференция

СБОРНИК СТАТЕЙ УЧАСТНИКОВ СТУДЕНЧЕСКОГО КОНКУРСА

ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД
2020

УДК 65.050
ББК 338.24

Н 34 Наука, власть и бизнес – триада регионального развития: материалы V Междунар. науч.- практ. конф., 5 апреля 2020 г., Великий Новгород / отв. ред.: Р.А. Тимофеева, М.М. Омаров; НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2020. – 231 с.

В сборник включены научные студенческие работы, представленные на конкурс в рамках V Международной научно-практической конференции «Наука, бизнес, власть – триада регионального развития», состоявшейся 5 апреля 2020 года.

Издание предназначено для преподавателей высшей школы, студентов, аспирантов.

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы печатаются в авторской редакции и отображают персональную позицию исследователя.

© Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (НовГУ) 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Александрова А. А. ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВИЗИТ НА ПРЕДПРИЯТИЕ АО «ДЕКА» 5
Андреева А.Д. РАЗВИТИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ 9
Будзинская О.О. РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ 13
Васильев А.К. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР 18
Вимба В.О. АО «ДЕКА» КАК ОБЪЕКТ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ 22
Вишнякова Т.А. ИЗУЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ВИЗИТА НА МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ОАО «ВЕЛИКОНОВГОРОДСКИЙ МЯСНОЙ ДВОР» 27
Воронина Д.В. ЗНАКОМСТВО С ОСОБЕННОСТЯМИ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХБАРАНОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА АО «НОВГОРОДХЛЕБ» 33
Глебова О.М. ПОСЕЩЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА ПО ПРОИЗВОДСТВУ КЛЮКВЫ В САХАРНОЙ ПУДРЕ 38
Дементьева И.А. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА 42
Евтюгина Н.В. ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ ДОШКОЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ В ДЕМЯНСКОМ РАЙОНЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ 47
Егорова А.А. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ И ПРИНЯТИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ 53
Егорова А.А. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: МОДА ИЛИ ВЫБОР? 58
Егорова Э. А. ВОЗМОЖНОСТЬ ПОСЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЯГОДНЫХ НАСТОЕК Г. ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД 63
Ефимова Т.М. ПРЕДПРИЯТИЕ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ МОЛОКА КАК ЦЕЛЬ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ВИЗИТОВ 68
Жмуйдин М.В. ЭКОНОМИКА МАЙНИНГОВОЙ ФЕРМЫ 73
Ибрагимова В. А. ЦИФРОВИЗАЦИЯ В США 77
Калистратов Д.Н. МАЙНИНГ: ТИПЫ И РИСКИ 83
Кириллов А.Е. РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ 89
Коленова В.В. РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ 94
Колунтаева Ю.И. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИЗМА ПО РОССИЙСКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ 99
Коновалова С.В. БЕСПРОВОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВОЗМОЖНЫЕ СФЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ 105
Кузьмина Е. А. ОЦЕНКА УЩЕРБА ТУРИНДУСТРИИ РОССИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ 110
Лебедева Е.А. РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ: РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПОДДЕРЖКА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ» 118
Максимов Д.И. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ 123
Манурикова Я.Н. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ НА ОДНОМ ИЗ ВЕДУЩИХ

ПРЕДПРИЯТИЙНОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ РЫБНЫХ КОНСЕРВОВ 129
Махкамова Ф. Д. ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЫНОК ТРУДА 134
Новиков С. А. РАЗВИТИЕ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ 137
Новоселова Н.Н. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ 144
Новоселова Н.Н. ЦЕЛИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ 149
Парицкий Д.Ю. ЭФФЕКТЫ ОТ ЦИФРОВИЗАЦИИ 155
Петров В.С. ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАБОТЫ 161
Полевова Е.С. ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ 167
Рагимов И.Р. РОЛЬ ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ 172
Рооз М.О. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ 176
Семёнова Д.Д. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТУРМЕНТ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ 183
Семёнова Д.Д. ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА 188
Ситдикова Я.Ю. СУЩНОСТЬ ТЕРМИНА ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА 193
Степанов В.С. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ТУРИЗМЕ 196
Тимофеева С.Е. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ 200
Титова А.С. СОЗДАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА, КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ 205
Фролова В.Д. ПОСЕЩЕНИЕ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ БЕЗГЛЮТЕНОВЫХ ХЛОПЬЕВ 209
Фролушкина В.Н. АО «ЛАКТИС» КАК ПРЕДПРИЯТИЕ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ 215
Шагабутдинова А.О. ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ 221
Якупов Э. Э. ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА 225

Александрова А.А. студентка ИСХПР
Новгородского государственного университета
имени Ярослава Мудрого
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М.В.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ВИЗИТ НА ПРЕДПРИЯТИЕ АО «ДЕКА»

Аннотация. Все больше в России уделяется внимание промышленному туризму. В Великом Новгороде есть много объектов для этой цели. Предприятие АО «Дека» является одним из ведущих в России по выпуску безалкогольных и слабоалкогольных напитков. Напитки выпускают на высококачественном оборудовании и под контролем собственной испытательной лаборатории.

Ключевые слова: АО «Дека», вода, квас, лаборатория, туризм.

Промышленный туризм в России – часть туризма в России, для которой основным туристским ресурсом являются индустриальные объекты, включая регулярные туристические туры на действующие или когда-то действовавшие промышленные предприятия [1].

В Великом Новгороде промышленный туризм мало распространен. В этом городе есть предприятия со своей большой историей, которые были бы интересны для посещения людьми. Больше всего людям интереснее узнать, как производиться продукция, которую они употребляют в своем рационе. Например, в Великом Новгороде находится такое предприятие как АО «Дека», производящее большой ассортимент безалкогольных и слабоалкогольных напитков.

На предприятии «Дека» проводятся экскурсии для детей школьного возраста. Школьники видят, как устроен процесс приготовления напитков, узнают про новые специальности, про которые раньше могли даже не знать. В конце экскурсии ребятам проводят дегустацию сокосодержащих напитков и напитков брожения.

Предприятие АО «Дека» является ведущим в Российской Федерации по приготовлению кваса и напитков брожения. Кроме этого, на АО «Дека» осуществляется выпуск энергетических напитков, напитков с содержанием соков, лимонадов, питьевой и минеральной воды.

Пивоваренная компания основана в конце девятнадцатого века купцом первой гильдии Г.М. Сметаниным. Пивомедоваренное предприятие называлось «Богемия».

В конце восемнадцатого века пивоваренное производство было переименовано в Акционерное общество открытого типа «Дека». Сначала ввода в эксплуатацию новой площадки на ул. Пр-т. А. Корсунова и до 1990 года на обеих площадках производили хлебный квас живого брожения и живое пиво.

В 2004 году предприятие провело реконструкцию: было обновлено существующее оборудование, введено в эксплуатацию новое современное высокотехнологичное оборудование

В следующем году предприятие возобновило производство кваса, но уже под торговой маркой «Никола». Дополнительно было закуплено технологическое оборудование, построены новые цеха, реконструкция продолжалась до 2008 года. К этому времени на предприятии уже было запущено три современных линии розлива с производительностью шесть тысяч, восемнадцать тысяч и тридцать шесть тысяч бутылок в час производства ведущих европейских стран - Италии и Германии.

В 2017 году «Дека» выпустила обновленную линейку продукции – безалкогольные энергетические напитки «С.О.В.А.», которые стали популярными среди молодежи.

При производстве продукции брожения на АО «Дека» применяются только натуральные ингредиенты: хлебопекарные дрожжи, ячменный и ржаной солод, сахар, вода. Технология производства основана на традиционных способах.

Современные технологии дают возможность сберечь вкус и рецептуру настоящего кваса и пива живого брожения. Новое высокотехнологичное оборудование позволяет производить напитки стабильно высокого качества.

Срок годности продукции - двенадцать месяцев. Такой высокий срок хранения продукции без изменения ее качества достигается благодаря жесткому соблюдению санитарно-гигиенических норм и использованию новейшего оборудования по очистке и фильтрации.

Предприятие АО «Дека» выпускает продукцию, которая сертифицирована по системам ISO 9001, ISO 22000 (HACCP).

На предприятии осуществляется строгий производственный контроль, который позволяет оценить выпускаемый продукт в течение всего технологического процесса поэтапно.

Отделом главного технолога и службой качества предприятия регулярно проводится дегустация напитков. Члены дегустационной комиссии являются профессионалами в своей области, они прошли специализированное обучение. Эти специалисты с полной уверенностью могут заявлять о постоянстве качества продукции. На предприятии также проводятся сравнительные дегустации для выявления сильных и слабых сторон конкурентов - производителей безалкогольных и слабоалкогольных напитков.

Исследования проведенных анализов демонстрирует стабильное качество производимой АО «Дека» продукции. Оно показывает, что качество выпускаемой продукции стабильно высокое и поддерживается на должном уровне. Возникающие в процессе дегустаций отклонения являются случайными. В результате напитки, изготовленными на АО «Дека» всегда занимают лидирующие позиции по сравнению с конкурентами. Продукция АО «Дека» отличается высокими качественными показателями и отвечает

требованиям по пищевой безопасности продуктов питания. Это стало возможно за счет круглосуточной работы производственной испытательной лаборатории, которая осуществляет контроль всех этапов технологического процесса. Этот контроль работники лаборатории осуществляют с требованиями регламента по отбору проб, соблюдается периодичность. На предприятии ведется строгий контроль, начиная с входного контроля сырья и материалов, заканчивая качеством готовой продукции и оформление готовой продукции (внешний вид, маркировка).

Важной составляющей является осуществление хранения сырья и продукции в складских помещениях. На квасопивоваренном заводе АО «Дека» используется и подтверждены сертификаты международных систем.

В 2014 году предприятие АО «Дека» получило сертификат международного стандарта IS/TS 22002-1(схема сертификации FSSC).

Квасом называют русский национальный напиток с объёмной долей этилового спирта не более 1,2% приготовленный методом не завершенного спиртового брожения или спиртовое и молочнокислое брожение, сусла из зернового и другого растительного сырья и (или) продуктов их переработки, сахара и других натуральных сахаросодержащих продуктов. Без применения или с применением добавок, подсластителей, консервантов, искусственных ароматизаторов и неорганических красителей. И соответствует ГОСТу 31494-2012. Квасы. Общие технические условия [3].

Для производства кваса используется следующее сырье:

– Очищенная вода
– Солод ржаной
– Солод ячменный
– Сахар
– Лимонная кислота
– Дрожжи хлебопекарные

Процесс производства кваса включает следующие стадии:

1. Постановка на брожение
2. Брожение
3. Купажирование
4. Сепарация (фильтрация)
5. Готовый форфас
6. Розлив кваса

Для сбраживания квасного сусла используют хлебопекарные дрожжи.

Купажирование – смешивание сусла с сахарным сиропом до плотности, предусмотренной стандартом.

Сепарация (фильтрация) – удаление дрожжей из кваса [4].

В готовом продукте определяется содержание массовой доли двуокиси углерода, мутности, сухих веществ, цветности, кислотности, объемной доли спирта, а так же органолептические показатели.

Розлив кваса осуществляется на аппарате производства Италии.

Аналитический контроль качественных и микробиологических показателей кваса ведется в собственной производственной испытательной лаборатории АО «Дека».

Так же на предприятии АО «Дека» разливают минеральную воду из собственной скважины. Вода питьевая предназначена для использования в питьевых целях.

Технология, которая позволяет выпускать минеральную воду в ПЭТ-бутылки, имеет следующие производственные этапы:

– Каптаж воды;

– Обработка;

– Розлив воды в ПЭТ-бутылки, укупорка, этикетирование, упаковка ПЭТ - бутылок в термоусадочную пленку, паллетирование;

– Хранение готовой продукции;

– Контроль качества природной воды и готовой продукции;

Глубина скважины-105 м.

Каптаж минеральной воды со скважины до помещения с насосной станцией осуществляется самоизливом за счет давления, создаваемого природой. Минеральную воду из скважины с помощью насоса подают в отделение подготовки.

Обработка минеральной воды состоит из следующих технологических этапов: фильтрование, обеззараживание, деаэрацию, насыщение двуокисью углерода, охлаждение.

Вода подается через обеззараживающую установку, фильтр угольный сорбционный, затем через аппарат для предварительного смешивания премикс, куда со станции газификации поступает двуокись углерода. Насыщенная двуокисью углерода минеральная вода направляется в резервуар для розлива.

Фильтрация необходима для удаления взвешенных частиц из воды. Бактериальное загрязнение может произойти при перекачке, поэтому основная цель обеззараживания вод состоит в уничтожении патогенных микроорганизмов. Для более эффективного обеззараживания воду подвергают обработке ультрафиолетовыми лучами.

Насыщение минеральной воды двуокисью углерода способствует:

– Увеличению сроков хранения;

– Угнетающе действует на жизнедеятельность ряда микроорганизмов;

– Препятствует выпадению солей в осадок

– Придает воде определенную гамму вкусовых качеств;

Готовую продукцию хранят в специальных проветриваемых помещениях, предохраняемых от попадания влаги, при температуре от 2 до 20°С.

Лаборатория осуществляет контроль качественных показателей минеральной воды со спецификациями на каждый вид выпускаемой продукции, а также в действующей отрасли нормативной документации [5].

Сотрудники производственной испытательной лаборатории осуществляют контроль физико-химических и микробиологических показателей питьевой воды.

Контроль осуществляется на сертифицированном испытательном оборудовании, специализированными средствами измерения согласно утвержденных методик, соответствующих требованиям стандартам.

Стандарты государственной системы должны обеспечивать надежность единых средств измерений, нормативов на контрольные средства испытаний.

Сотрудники испытательной лаборатории применяют в своей работе производственные стандарты, руководство к эксплуатации лабораторных приборов и оборудования, технологические инструкции и другие нормативные документы. Все нормативные документы должны быть актуализированы и доступны для работников.

Каждый сотрудник испытательной лаборатории выполняет свои обязанности согласно должностной инструкции, в которой описаны требования по квалификации, техническим знаниям и опыта работы.

В результате посещения предприятия АО «Дека» можно увидеть, как происходит процесс приготовления и розлив напитков, и убедиться в качестве выпускаемой продукции.

Таким образом, предприятие АО «Дека» подходит для промышленного туризма

Литература

1. Промышленный_туризм_в_России / https://ru.wikipedia.org/wiki/

2. Дека / http://deka.com.ru/ru/about-us/company-history/

3. ГОСТ 31494-2012. Квасы. Общие технические условия

4. **Ермолаева Г.А., Колчева Р.А.** Технология и оборудование производства пива и безалкогольных напитков. - М.: ИРПО; Изд. центр «Академия», 2000. - 416 с.

5. **Ермолаева Г.А.** Справочник работника лаборатории пивоваренного завода.- СПб.: Профессия, 2004. – 245 с.

Андреева А. Д. студентка ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Омаров М.М.

РАЗВИТИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Данная статья содержит в себе анализ модели цифрового здравоохранения, а также исследование по ее внедрению в современные условия. В представленной модели рассматривается удовлетворение спроса потребителей посредством образования ценностей через устранение всех видов убыток. Для более общей картины нами был создан мониторинг состояния здоровья всего населения, тенденции развития и результаты деятельности в медицинской отрасли.

Ключевые слова: технологии, цифровое здравоохранение, цифровизация.

В современных условиях данная тема очень актуальна, поскольку экономическое положение стран подвержено изменениям, что приводит к полностью обновленным методам работы и регулирования системы здравоохранения. Цифровое здравоохранение представляет собой программу, которая собирает информацию от хозяйствующих субъектов в цифровом виде, с целью обработки данных и утверждения наиболее выгодного управленческого решения по предоставлению государственных гарантий. Внедрение цифрового здравоохранения представляет собой инновационный метод управления, который нацелен на сохранение человеческого капитала. Новую систему здравоохранения необходимо постепенно вводить параллельно с действующей моделью здравоохранения. Так удастся свести к минимуму убытки и образовать появление новой культуры бережливого использования ресурсов. В глобальном масштабе внедрение новой системы должно значительно улучшить качество жизни людей, привести к развитию через использование результатов преобразований [2].

В настоящее время большое количество стран Европы, имеющих наиболее развитую систему здравоохранения, начали внедрять свои методы eHealth. Данные программы ориентированы на появление:

– Облачных вычислений;

– Системы электронных медицинских карт;

– Удаленных мониторингов;

– Мобильных медицинских приложений и клинических заметок;

– Систем по слежению за наиболее важными показателями здоровья [1];

В это самое время в России силы направляются на решение таких проблем как: ограниченность и низкое качество мед. помощи, нехватка кадров и необходимого оборудования, недостаточное финансирование мед. учреждений, высокие цены на лекарство и недостаток льготных препаратов. Существуют мнения, что исправить имеющиеся проблемы поможет появление цифрового здравоохранения и телемедицинских технологий. Появление системы сервисов и технологий для обращения к специалисту удаленно и, к тому же дистанционный контроль важных показателей пациента является совершенно новый метод сферы здравоохранения [2]. В данной разработке принимают участие врачи, исследователи, ученые в сфере медицины, в социальной и экономической области.

В данный момент, осуществляется развитие образования и профессиональной переподготовки граждан нацеленная на цифровизацию здравоохранения. Государство напрямую контролирует этот процесс. Например: в 2016 году на базе Первого МГМУ им. И.М. Сеченова создана первая в стране кафедра информационных и интернет-технологий в медицине. Также ожидается в ближайшее время открытие таких же специальностей и в других медицинских учреждениях [3].

С появлением новообразований в сфере здравоохранения появился ряд проблем, которые, для получения результатов, необходимо решить. Например, ситуация с сетью Интернет. К сожалению, на данный момент не везде можно обеспечить и пациента и врача высокоскоростным интернетом и достаточным уровнем объединения в одну сеть. Тем не менее, на стадии введения нового закона о цифровом здравоохранении продолжается усвоение методов под образовавшиеся технологические структуры. Все новые технологии, электронные рецепты и справки, консультации и консилиумы сначала будут внедрены в некоторых регионах пробно, а затем имея определенные результаты и по всей стране [4].

Улучшение здравоохранения привело к появлению новых государственных программ: программа «Цифровое здравоохранение», программа: «Создание единого цифрового контура здравоохранения на основе единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения». На сегодняшний день, все медицинские учреждения в нашей стране и в ряде других стран имеют проблему системного характера. Огромное количество систем здравоохранения зародились еще 100-200 лет назад и используются по сей день. С тех пор произошел большой скачок в развитии экономики, технологиях медицинской помощи, средств онлайнового наблюдения и т.д. [3].

Таким образом, система здравоохранения нуждается в обновлении, в разработке новых систем здравоохранения, которые будут соответствовать современным условиям. Кроме того, важно внедрять разработанные модели системы здравоохранения параллельно имеющейся системы. Именно такой способ позволит предоставить гражданам качественное медицинское обслуживание и сведет к минимуму потери переходного периода [4].

В 2018 году проект «Цифровое здравоохранение» был не до конца реализован и внедрен и по итогу закрыт. В это время государство стало разрабатывать новый проект «Создания единого цифрового контура на основе единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения». Данная программа являлась аналогией предыдущего, за исключением следующих моментов: никаких инновационных цифровых технологий, поддержки принятия медицинских решений и персонифицированного мониторинга здоровья пациентов [6].

Срок внедрения данного проекта установлен: 2019 – 2024 г. Цель: увеличение работоспособности здравоохранения страны через развитие в долгосрочной перспективе, а также досканальное введение информационных и платформенных решений. Разработка и внедрение данной программы должно иметь следующие результаты:

1. Во всех медицинских учреждениях, где обнаружен недостаток компьютерной техники для выведениях результатов по показателям жизненно важных аспектов здоровья, в обязательном порядке должно быть предоставлено дополнительное оборудование. Срок реализации: 2019-2021 г.

Таким образом, решатся проблемы инфраструктуры медицинских учреждений.

2. Каждому врачу, ведущему пациента, должна быть предоставлена электронная медицинская карта с полной информацией о заболеваниях, обращениях пациента в медицинские учреждения, исследованиях, заключениях и принимаемом лечении конкретного заболевания. Это приведет к тому, что все медицинские учреждения перейдут на электронный документооборот.

3. Должна работать передача структурированных электронных медицинских документов (СЭМДов) в подсистему «Интегрированная электронная медицинская карта» (ИЭМК).

4. К 2024 году планируется перевести 90% медицинских учреждений на передачу электронных медицинских документов, имеющих юридическую силу, в личный кабинет пациента. Мое здоровье» на ЕПГУ путем интеграции с федеральным сервисом «Реестр электронных медицинских документов» (РЭМД) ЕГИСЗ. Данный пункт будет вводиться поэтапно.

5. Все медицинские учреждения должны создать реестры счетов об оказанной медицинской помощи на базе данных из электронных медицинских карт пациентов.

6. В 2019 году должно работать не менее 700 тыс. автоматизированных рабочих мест медицинских работников, в 2021 году более 820 тыс. автоматизированных рабочих мест медицинских работников, использующих медицинские информационные системы, соответствующие установленным Минздравом требованиям.

7. К 2022 году 90%медицинских учреждений должны обеспечивать межведомственное электронное взаимодействие без участия граждан [5].

Предсказывают, что цифровая экономика станет мощным толчком имеющихся в экономической отрасли хозяйственных отношений и моделей бизнеса. Данное экономическое развитие страны напрямую оказывает огромное влияние на экономическое здравоохранение. Кроме того, оно взаимосвязано со многими сферами народного хозяйства. Разработанная гораздо ранее программа «Цифровой экономики» нацеленная на улучшение качества жизни людей, а также товаров и услуг, которые производятся с помощью уже внедренных новых технологий является отчасти и задачей здравоохранения [7]. Основываясь на оценках экспертов, в данный момент сделан огромный прорыв в технологическом развитии, тем самым, закладывается устойчивая база для перехода к Единой государственной информационной системы здравоохранения и электронного документооборота в сфере здравоохранения, а также оказания медицинских услуг с помощью новых технологий. Цифровые технологии – одно из главных областей развития здравоохранения, каждый год этот рынок становится больше на четверть. Данное новшество может стать прорывом в доступности и качестве предоставляемых услуг с минимальными затратами на здравоохранение. На сегодняшний день, оценка уровня цифровизации

нашей страны в области экономики и общества показала слабые моменты, которые необходимо анализировать, а также выявила, что государство играет определяющую роль в развитии цифрового здравоохранения [8]. Таким образом, Россия работает над программами улучшения медицины и внедряет большие информационно-аналитические проекты.

Литература.

1. **Егоров Т.Н.** Использование рыночных механизмов в обеспечении качества медицинского обслуживания населения // Экономика и управление: Современные аспекты экономики, 2008. - № 1.

2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена Постановлением правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р).

3. Из выступления В. В. Путина на заседании Совета по стратегическому развитию 05.07.2017 г.

4. Программа «Цифровая экономика» (утверждена Постановлением правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р).

5. **Шевченко Р.** Цифровая экономика» ставит три основные задачи перед здравоохранением. Medvestnik.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://medvestnik.ru/content/ news/Cifrovaya-ekonomika-stavit-tri-osnovnye-zadachipered-zdravoohraneniem.html.

6. Аналитический центр при Правительстве РФ. [Электронный ресурс]. URL: http://ac.gov.ru/events/014209.html.

7. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья» от 29 июля 2017 года, № 242-ФЗ.

8. Программа «Цифровая экономика» (утверждена Постановлением правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р).

Будзинская О.О. студентка ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Развитие цифровой экономики представляет большие возможности для развития страны. Этот процесс, как правило, сопровождается экономическими, социальными и другими рисками. В данной статье будут рассмотрены наиболее часто встречаемые виды рисков, с которыми приходилось или придётся столкнуться нашей экономике в условиях перехода к цифровизации.

Ключевые слова. Риски цифровой экономики, цифровая экономика.

Развитие общества не стоит на месте, и постоянное появление чего-то нового, а именно, различных технологий, изобретений, программ тому подтверждение. Всё большее и достаточно быстрое внедрение передовых технологий, мировых бизнес-процессов говорит нам лишь о том, что общество на прямом пути к цифровому будущему. Термин «цифровая экономика» относится к достаточно новому и малоизученному явлению, но уже сейчас представляет огромную важность в развитие мировой экономики. Это связано с развитием в области информационных технологий, телекоммуникаций, микроэлектроники.

В Указе Президента России «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» дано определение цифровой экономики. Это хозяйственная деятельность, в которой ключевыми факторами производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объёмов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг. Цифровая экономика – это не отдельная отрасль, по сути – это уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества [1].

Развитие цифровой экономики помогает решать острые социальные и глобальные проблемы общества, приводит к упрощению коммуникаций между бизнесом, государством и гражданским обществом, с помощью повышения качества социальных услуг, производительности, а также создаётся множество новых возможностей для трудовой деятельности, предпринимательства, в сфере образования и регулярного повышения уровня квалификаций, всё это позволяет с наибольшей отдачей учитывать потребности и проблемы различных социальных групп общества.

Безусловно развитие и внедрение цифровой экономики в общество хорошо скажется на экономическом росте и жизни людей, с помощью удовлетворения их потребностей. Следствием этого является появление новых рисков, которые повлекут за собой неблагоприятные последствия. Важно вовремя выявить и рассмотреть их, в дальнейшем принять необходимые меры по их сглаживанию или предотвращению. В данной статье будут рассмотрены некоторые типы рисков.

Риски цифровой экономики

Необходимо понимать и иметь представление о том, что развитие цифровой экономики в стране связано не только с положительными результатами нововведений, но, а также с появлением различных рисков и угроз. Их происхождение связано с двумя основными факторами. Во-первых, это появление новых видов рисков и угроз, присущих именно цифровой экономике и базирующихся на ее технологических особенностях. Во-вторых, при переходе к цифровой экономике происходит институциональная трансформация, которая сама по себе, независимо от ее причин и природы,

является мощным дестабилизирующим фактором для устойчивого и успешного социально-экономического развития [2].

Внедрение новых технологий сопровождается новыми возможностями. А новые возможности – это, безусловно, хорошо. Но, все мы прекрасно понимаем, что в реальной жизни каждая возможность преследуется соответствующим риском, рассмотрим более подробно с помощью таблицы 1.

Таблица 1 – Риски в ответ на возможности новых технологий

Возможности новых технологий	Риски внедрения новых технологий
Новые впечатляющие технологии, прорыв в Интернете вещей, анализе больших данных	Быстрое навязывание и заимствование западных технологий
Новые функции, возможности, ускорение коммуникаций и платежей, новый уровень комфорта	Новые уязвимости, слежка, утечка персональных данных, потеря тайны личной жизни
Новые рынки, новые бизнес-модели, новые большие компании, новые массовые сервисы и информационные услуги	Риск быстрого захвата новых рынков транснациональными компаниями
Рост производительности труда, рост эффективности, автоматизация, роботизация	Потеря рабочих мест, безработица, социальная напряжённость, возникновение слоя тунеядцев
«Экономика обмена», исчезновение посредников, повышение скорости и стандартизации услуг, уберизация медицины, образования, транспорта, сферы услуг	Юридическая неопределённость, этические проблемы, снижение качества и ответственности, «роботизация» людей, роль социального отчуждения
Большие данные, анализ персональных данных, электронная идентификация личности, электронный двойник граждан	Исчезновение приватности, навязчивая реклама, новый цифровой тоталитаризм, утечка персональных данных
Инвестиции, стартапы, новые деньги, «перелицовка традиционных индустрий	Захват экономики более сильными и богатыми игроками, внешнее управление экономикой
Итог: новый технологический уклад, новая цифровая экономика, новое лицо традиционной индустрии и сельского хозяйства, государственного управления	Итог: новая стадия Цифровой колонизации, новая цифровая экономика принадлежит не нам, управляется извне, служит чужим интересам, а не РФ

Новые риски и проблемы связаны с развитием и широким внедрением «цифровых» технологий, а среди них основными представляются следующие:

- угроза «цифровому суверенитету» страны и пересмотр роли государства в трансграничном мире «Цифровой» экономики;
- нарушение частной жизни / потенциальное наблюдение за гражданами;
- снижение уровня безопасности данных;
- уменьшение числа рабочих мест низкой и средней квалификации;
- повышение уровня сложности бизнес моделей и схем взаимодействия;
- резкое усиление конкуренции во всех сферах экономики;
- изменение в моделях поведения производителей и потребителей;
- необходимость пересмотра административного и налогового кодексов [4].

Подробнее рассмотрим и проанализируем те риски, которые появляются в результате развития цифровой экономики.

Итак, виды рисков цифровой экономики.

1. Появление большой зависимости от Интернета и различных цифровых устройств, которые определяют поведение человека, то, как он воспринимает окружающий мир через цифровое пространство. Важно понимать, что возникновение проблем, связанных с доступом к цифровой среде или работой цифровых устройств, приводит к неполноценной работе цифровой экономики, а именно входящих в неё систем производства, обмена и потребления товаров и услуг, распределения, всё это может привести к реальной угрозе жизни и безопасности населения.

2. Несмотря на то, что цифровая экономика вносит большой вклад в увеличение экономического роста, введение новых профессий и увеличение рабочих мест, улучшать производственные процессы, она также представляет и угрозу для общества. Да, внедрение цифровизации полагает создание хороших условий для роста производительности труда, появления новых услуг и товаров, возможно, без которых в будущем мы не сможем обойтись. Но есть и менее радужные последствия цифровизации экономики: высвобождение трудовых ресурсов, которые влекут за собой уменьшение рабочих мест для низкого и среднего класса населения, также исчезновение ряда профессий. Внедрение цифровой экономики однозначно приведёт к росту безработицы, расширится неполная занятость, вырастет доля самозанятых, значительно изменится структура потребления.

3. Вера в миф, что развитие цифровой экономики сможет решить и предотвратить многие проблемы российской экономики. Часто цифровую экономику могут ограничивать сферой IT, а также телекоммуникаций. Несмотря на это составляющие цифровой экономики присутствуют во многих составляющих хозяйственной жизни населения, а именно в виде отношений, который складываются в системе производства, распределения и потребления. Одним из факторов, мешающих более быстрому переходу к цифровизации, является неспособность расстаться со слабой отечественной промышленностью.

4. Чрезмерный сетевой контроль за предпочтениями и действиями человека. Характеризуется агрессивной рекламой, доведение ложной и искажённой информации, навязывание услуг.

5. Неспособность системы образования соответствовать потребностям цифровой экономики. Федеральные государственные образовательные стандарты безусловно обеспечивают все требования образовательного пространства, но несмотря на это оставляют очень мало свободы для быстрого реагирования на требования работодателя, особенно когда цифровая экономика меняется довольно быстро [1]. Необходимо переходить на системы более гибкой адаптации образовательных программ по отношению к современному, постоянно меняющемуся, рынку труда.

Для формирования и подготовки перспективных молодых специалистов, одним из главных моментов в их обучении должно быть прививание потребности к постоянному самообразованию, стремлению получать новые знания и навыки, в разных областях.

6. Цифровое неравенство. Погоня за странами лидерами, по ним вырабатываются новые стандарты и решения. Цифровая экономика между странами развивается с разными успехами и скоростью. Также территориальное неравенство имеет место быть и между разными регионами одной страны.

7. Сокращение возможностей по реализации мер защиты национальных производителей и импортозамещения. Товары, производимые в нашей стране, сильно отличаются от аналогичных иностранных. Заимствование технологий, по которым произведён товар, не всегда возможно.

8. Формирование Сетевого глобального мирового рынка товаров и услуг, в том числе финансовых. Товары и услуги национальных производителей в неблагоприятных условиях ведения бизнеса, при высоких налогах и издержках, становятся всё менее востребованы, в сравнение с аналогичными заграничными товарами [1].

Разумеется, существуют и другие риски, появившиеся в результате развития цифровой экономики.

Цифровая экономика – это уже неотъемлемый элемент экономической системы нашей страны, целью внедрения которого является развитие и улучшение качества жизни граждан.

Развитие цифровой экономики – это довольно сложный процесс, который подразумевает за собой не только положительные результаты, но и возникновение определённых рисков. Выше нами были рассмотрены лишь часть рисков, возникающих в результате развития цифровой экономики. Очень важно работать над появившимися рисками, а не игнорировать их, искать некие компромиссы, дорабатывать системы нововведений, тщательнее работать над новыми проектами, технологиями, иначе, это приведёт к более тяжёлым последствиям.

Цифровизация, несомненно, внесёт большой вклад в развитие страны. Внедрение новых цифровых технологий будет способствовать выходу нашей

страны на более высокий уровень конкурентоспособности, поспособствует решению большого количества внутренних проблем, повысит качество жизни населения.

Для того, чтобы работать с появившимися рисками, нужно подходить к их изучению в рамках научной деятельности, планировать мероприятия по их минимизации и устранению, уделять намного больше времени этой проблеме.

Литература.

1. **Аксаков А.Г.** Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере. Правовые аспекты регулирования и практического применения. – М.: Издание Государственной Думы, 2019. – 160 с.

2. **Волкова А.А., Плотников В. А., Рукинов М.В.** Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития/Управленческое консультирование №4 2019/Санкт-Петербург.

3. Project Management Journal Цифровая экономика и риски цифровой колонизации /Электронный источник [https://pmjournal.ru/articles/novosti/tsifrovaya-ekonomika-i-riski-tsifrovoy-kolonizatsii/] 2020.

4. **Кешелава А. В., Буданов В. Г., Румянцев В. Ю.** и др. Введение в «Цифровую» экономику / На пороге «цифрового будущего». Книга первая. ВНИИ Геосистем, 2017.

Васильев А.К. студент ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент Субботина Т. А.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

АННОТАЦИЯ. В данной статье проводится анализ проблем и возможностей обеспечения маркетинговых структур, необходимой информацией, также рассматриваются современные технологии. Информация изменяет процессы, происходящие внутри и вне фирмы, предоставляет возможности для реализации эффективной деятельности, позволяя увеличивать производительность и контроль всех процессов.

Ключевые слова. Информация, конкуренция, маркетинг, технология, управление.

Сейчас фирмы и компании работают в то время, когда информационные технологии, во внешней и внутренней среде, быстро развиваются. Увеличение объемов информации и расширение информационных связей, подтверждают потребность в применении современных технологий.

Система маркетинговой информации является системой взаимосвязей, оборудования и приемов, необходимых для накопления и распространения актуальной, точной информации с последующим использованием в маркетинговой деятельности для контроля и планирования при исполнении различных мероприятий внутри фирмы.

Современные технологии позволяют оптимизировать работу менеджмента, быстро реагировать на структурные изменения рынка, развивать конкурентоспособность, с целью максимизации прибыли. Фирмы могут конкурировать при реализации всего потенциала, позволяющего занимать выгодные и уверенные позиции среди других. Достигая преимущества в этих направлениях, фирма сможет обладать достаточной конкурентоспособностью.

В современном мире владение информацией, позволяет фирмам эффективно функционировать и развиваться, с каждым днем увеличивается количество организаций, использующих сети Интернет. Интернет пространство как инструмент реализации маркетинговых стратегий стал возможен и экономически рентабелен только в течение нескольких последних лет. Это связано с появлением форм передачи данных по сетям, с внедрением телекоммуникационных технологий. Широкое применение в использовании находят различные программные обеспечения, которые позволяют автоматизировать задачи и действия управленческого характера.

Также одним из современных средств информации может быть веб-сайт. С точки зрения маркетинга, сайт является набором блоков информации и инструментов для взаимодействия с сегментами основной аудитории. Для пользователей сайта компании, товаров, услуг, рекламодателя, размещается рекламное обращение.

Информационная технология – процесс, который представляет собой совокупность определенных средств и методов, помогающих обрабатывать, передавать, накапливать и хранить данные для формирования основной ценной информации об различных объектах исследований, процессах, явлениях, событиях, стратегий фирмы и т.д. Этот процесс имеет определенную последовательность по выполнению конкретных действий и пунктов разной сложности [3]. В основные компоненты данной технологии производственного процесса входят компьютерные программы математического раздела, аппаратного и информационного.

При принятии необходимых и окончательных решениях, руководство фирмы должно уделить большое внимание к формированию потоков информации, следить за ее сбором и хранением [1].

Поток информации – это совокупность перемещающиеся в системах и между ними сведения, необходимые для ведения управленческой деятельности.

Передача и прием информации может осуществляться с помощью устной речи, изображений, документов и т.п.

Информационный носитель представляет собой технологическое средство, хранящее на себе различную информацию, которая может представлять определенное значение и полезность. Следует иметь в виду, что современные устройства позволяют просто и быстро копировать данные без потерь, поэтому для маркетинговых структур хранение информации на таких носителях представляет наибольшую ценность. Потоком является объединение носителей, к примеру, на бумаге и электронных накопителях, дублирующие и дополняющие разделы информации.

Информационные потоки протекают в информационном пространстве, которое очень обширно и охватывает основную часть земли. Использование пространства требует решений по использованию необходимых коммуникаций для связи, например транспортные магистрали, средства глобальной связи, телефонных линий и др.

Обеспечение потоков информации определяется во времени и пространстве от процесса отправки ресурсов, некоторые потоки не обособлены и движутся синхронно. Данная информация отправляется лицами, которые сопровождают груз. Потоки информации могут классифицироваться по группам в зависимости от связи в управлении, которые отвечают заданным целям и приоритетам и предоставляют множество способов для достижения поставленных задач.

Входящая информация - это сведения, попадающие в распоряжение управленческих структур от звеньев управления различных уровней, а также от других производственных подразделений. Это сложная структура, данные которой собирают во внешней и внутренней среде, а структурирование происходит через систему вертикальных и горизонтальных информационных потоков с различием по сложности коммуникации (рис.1) [2].

Рисунок 1 – Система обеспечения процесса информацией для принятия управленческих решений

Вся версия картины происходящего доступна только высшему руководству, в нем накапливаются потоки деятельности и определяются стратегии, задаются приоритетные направления развития фирмы.

На схеме видно (рис. 1), как представлены вертикальные, и горизонтальные потоки информации, которая входит в систему управления. До того как информация будет пригодной в использования, все данные и сведения должны подвергнуться проверки и анализу содержимого, а также отвечать поставленным задачам. Исходящей информации могут быть периодические отчеты о выполняемых планах, бюджетах, операциях и т.д.

Вся система маркетинговой информации основывается на данных методах и предоставляет возможность определять влияние факторов на реализацию продукции, ее сбыт, возможность сбыта, рекламу и т.д.

Большинство исследований являются информационными, такие как изучение спроса, требования потребителей, цены на рынке и пр. Для их проведения необходимо знать об этой сфере, а непосредственно процесс создает новые данные, для установления связей с объектами и создания программ маркетинговой деятельности. Поставка товаров на рынок определяется наблюдениями за продажами, структурой и количеством издержек, после чего делаются выводы.

Для решения поставленных задач, необходимо располагать информацией о внутренней и внешней среде, а также макросреде и оценивать возможности.

На протяжении всей деятельности, руководители занимаются поиском и обработкой источников информации, собирают данные и анализируют их. При проведении необходимых исследований и анализов применяются экономико-математические методы, такие как многомерные, использующиеся для принятия решений, а также регрессионные и корреляционные, устанавливающие взаимосвязь.

Таким образом, для повышения качества принимаемых решений, руководство должно уделять много времени для изучения информации, определять процесс ее сбора и обработки. Также необходимо искать наиболее полезную информацию из надежных источников. Информация для маркетинга имеет огромное значение, так как деятельность основывается на знаниях о конкретных событиях и случаях, которые складываются на рынке.

От качества информации зависит эффективность принятия решений и будущее поведение фирмы на рынке.

Литература.

1. Особенности обеспечения информацией маркетингового и управленческого анализа. Учебное пособие 2011 г.

2. Информационные структуры и их особенности. Маркетинг в схемах, таблицах, 2009 г.

3. Автоматизация информационных процессов и систем. Системы информации в экономике: Учебно-методическое пособие по менеджменту.

4. Развитие информационных структур в маркетинге. В России и за рубежом. [Электронный ресурс].

Вимба В.О. студент ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

АО «ДЕКА» КАК ОБЪЕКТ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Аннотация. В статье было рассмотрено предприятие АО «Дека» Новгородской области и его перспективы для становления объектом промышленного туризма. Приведено подробное описание экскурсии по цехам производства кваса и пива. Рассмотрен технологический процесс их производства с точным указанием параметров и режимов. Перечислено оборудование для производства данной продукции.

Ключевые слова. Оборудование, производство кваса, производство пива, промышленный туризм.

Промышленным туризмом принято считать согласованный выезд на работающие предприятия/заводы с целью получить удовлетворенность в профессионально-деловых и познавательных потребностях. Ведущим видом промышленного туризма выступает экскурсия. Её отличие от обычной экскурсии заключается в том, что объектами визита являются всевозможные заводы и фабрики. Осуществляется подобный поход в сопровождении экскурсовода по прежде согласованном и подготовленному плану. Данный вид посещений в настоящее время обширно распространен по всему земному шару, на территории нашей страны начало было положено еще во времена Советского союза. Экскурсии такого типа являются действенным средством совершенствования и продвижения экономики, так как благоприятны каждой заинтересованной стороне. Прежде всего, они благоприятны для самих предприятий как стимулирование сбыта продукции, привлечение новых клиентов и потребителей, для туристов как познавательный интерес.

В то же время по количеству посещаемых объектов данный вид туризма делится на единичные экскурсии на предприятие/фабрику и тематические туры.

Экскурсия на предприятие – это согласованный коллективный выезд на данный объект с целью удовлетворения познавательного интереса. Длительность такого типа экскурсии составляет, как правило, один час.

Тематические туры – это визит на несколько фабрик/заводов одного вида. Иными словами, согласованные коллективные выезды с посещением двух и более компаний, находящихся в одном регионе. Длительность данных туров составляет несколько дней. Таким образом, маршрут туров включает

как промышленные экскурсии, так и услуги по расположению на ночлег, кормлению, переезду, с включенными обзорными экскурсиями по городам посещения и мероприятиями развлекательного характера.

В настоящее время в Российской Федерации выделяется всего 1% туристического рынка на промышленный туризм. Как видно, для индустриально развитых регионов нашей страны целевое развитие этого вида туризма многообещающее и подает большие надежды [1].

Компания АО «Дека» — лидер в Российской Федерации по производству напитков живого брожения. На предприятии производятся квас и пиво, энергетические, сокосодержащие напитки и минеральная вода. Производство компании находится в городе Великий Новгород.

Компания успешно реализует такие торговые марки как «Жигулевское», «Большое пиво», «MegaBier», «Крепкое», «Český ležák» и «Boroda». Все марки производятся по классическим технологиям из отечественных и импортных сортов хмеля и ячменя.

Помимо основного направления деятельности, выпуска напитков живого брожения, предприятие АО «Дека» производит напитки «ЛеСок» и линейку питьевых и минеральных вод.

Также, учитывая большую популярность торговой марки «Никола» АО «Дека» освоило выпуск медовухи под этим же брендом.

В 2004 году компания начала полную реконструкцию производственных мощностей и помещений завода, было закуплено и установлено новое современное высокотехнологичное оборудование. На следующий год компания возродила производство кваса (первая торговая марка – квас «Никола»), что и поспособствовало ее дальнейшему активному развитию.

В 2006 году предприятие «Дека» стало компанией, реализующей производство также на международный рынок, в т. ч. страны Европы и США. Результаты продаж показали активный интерес потребителей к данному традиционному русскому напитку.

В последующие года была завершена реконструкция завода, закуплена новая линия розлива (фирмы KHS AG, Германия), мощностью 36000 бут./час.

В 2009 году «Дека» пополнила ряды брендов новой торговой маркой «Степан Тимофеевич», тем самым усилив свои позиции в Санкт-Петербурге. Помимо этого, в следующем году, компания обновила дизайн кваса «Степан Тимофеевич» и впервые за всю историю бренда запустила рекламную кампанию.

В 2015 году самой известной торговой марке «Никола» исполнилось 10 лет, за данный промежуток времени он стал самым известным квасным брендом на всей территории России и лидером по объему продаж. Он принес компании «Дека» узнаваемость среди всего населения России и сделал Великий Новгород родоначальницей производства кваса брожения [2].

Благодаря нарощенным производственным мощностям и уникальным разработкам АО «Дека» создала четыре квасных бренда, каждый из которых занимает особую нишу на рынке. Помимо собственных брендов предприятие имеет огромнейший опыт производства кваса для крупных федеральных сетей, таких как «Х5», «Лента», «Ашан», «Окей», «Полушка», «Дикси», «Магнит» и многих других, а также розлива напитков по заказу сторонних компаний.

При посещении предприятия, туристам демонстрируются основные цеха по производству кваса. Как отмечает сопровождающий экскурсовод, чтобы продукция была надлежащего качества весь технологический процесс должен начинаться с производственно-технической лаборатории, в которой проверяется соответствие продукции и сырья установленным нормам. Поэтому именно с нее всегда начинается экскурсия. Во время посещения лаборатории, экскурсанты успевают оценить работу сотрудников лаборатории по определению ими сухих веществ концентрата квасного сусла при помощи пикнометра и сахарометра, по определению растворимости и величины осадка, также подробно объясняется, как и с чего начинается разработка рецептур для новых продуктов. На сегодняшний день предприятие АО «Дека» обладает более 18 эксклюзивными рецептурами кваса.

После лаборатории экскурсия продолжается в квасном цехе, где непосредственно и расположен весь процесс производства. Демонстрация технологической линии начинается с комплекса оборудования для подготовки сырья и полуфабрикатов –насосов, мерников, сборников, теплообменников, фильтров и др. Следующим идет комплекс оборудования для приготовления квасного сусла, состоящий из настойных аппаратов, запарников, заторных аппаратов, теплообменников и фильтрационных аппаратов. Демонстрируется перекачивание концентрата квасного сусла насосом через мерник в сборник для его разбавления горячей водой. Затем из сборника разбавленный концентрат квасного сусла насосом через теплообменник поступает в бродильно-купажный аппарат. Сюда же из сборника подается расчетное количество сахарного сиропа и вода, а также смешанная дрожжевая и молочнокислая закваска. Контроль приготовления сусла осуществляется по проверке температурного режима, полноты осахаривания, содержания сухих веществ и кислотности сусла [3].

Дальше экскурсантам демонстрируется отделение, в котором происходит брожение и купажирование кваса. После тщательного перемешивания перед началом брожения отбирается проба, проверяется содержание сухих веществ в сусле и его кислотность. Ведущим комплексом оборудования технологической линии являются бродильно-купажные цилиндроконические и бродильные аппараты для брожения квасного сусла. Согласно утвержденной технологии в данный период напиток набирает свои полезные свойства, которые предоставляют ему дрожжи, а именно результаты их жизнедеятельности: аминокислоты, витамины группы В и

многие другие. При купажировании в сброженное квасное сусло, поступившее в купажный чан, добавляют оставшиеся 75 % сахара в виде 60-65%-ного сиропа, тем самым его доводят до определенной степени кислотности и плотности [3].

Далее осуществляется процесс сепарирования, в процессе которого от кваса отделяют отработанные дрожжи.

Затем экскурсия продолжается уже в фарфасном отделении, в котором хранится продукт непосредственно перед наливом и из этого отделения подается на линии розлива.

В завершении экскурсии экскурсовод показывает цех по осуществлению розлива. В одном из отделений установлена крупнейшая в России линия розлива в ПЭТФ-бутылки фирмы «KHS» (Германия) мощностью тридцать шесть тысяч двухлитровых бутылок в час. В квасе в процессе розлива также для контроля качества готового напитка определяют содержание сухих веществ, кислотность, содержание спирта.

Каждая бутылка кваса после выхода из блока розлива проходит дополнительную антисептическую обработку, после которой происходит фасовка бутылок в блоки по 6 штук.

Также сопровождающий экскурсовод демонстрирует еще две линии розлива: фирмы «KHS» (Германия) и производства Италии с меньшей мощностью. На них осуществляется розлив других продуктов предприятия АО «Дека»: пива, минеральной воды, питьевой воды и других.

В целом в процессе производства продукт контролируют на всех технологических этапах [4].

В дополнении ко всему экскурсовод подробно описал технологию производства пива: начиная с изготовления пивного сусла, сбраживание сусла, созревания, последующей сепарации и фильтрации. Специалист объясняет разницу между светлыми и темными сортами пива. Например, темный напиток получают при помощи специальной технологии сушки солода. Для приготовления темных сортов пива преимущественно используется жженый и карамельный солод. По мере повышения температуры всё большее количество сахаров карамелизируются. Но также отмечается, что жженый солод и карамельный солод не применяется в самостоятельном виде, а смешивается со светлыми сортами солода. Светлые сорта пива получают за счет использования только светлых сортов пива.

Приготовление пивного сусла заключается в следующем: измельченный солод и несоложеные материалы смешиваются с горячей водой в требуемом соотношении. Полученная смесь перемешивается в течение двадцати пяти минут с медленной скоростью при подогревании до 50°С. После истечения времени доведенную до готовности смесь перегоняют в заторные чаны. Здесь, под влиянием ферментов солода осуществляется гидролиз и переход водонерастворимых веществ в водорастворимые. Целью этого процесса является формирование экстракта сусла. Далее рабочие цеха последовательно нагревают затор до 70°С, при этом постоянно его

перемешивая. Данный метод приготовления сусла называется настойным. Получившийся затор в дальнейшем перекачивают на фильтрование, с целью отделения от крепкой фазы затора жидкого компонента сусла. Пивная дробина, оседающая на составных частях фильтр-прессов, используемых для отделения пивного сусла, сама образует фильтрующий слой. Работники цеха отсоединяют ее с помощью саморазгружающихся центрифуг. Пропущенное через фильтр сусло и извлеченные от очищения дробины воды переводят для кипячения с хмелем в сусловарочный котел. Здесь происходит упаривание до необходимой концентрации и стерилизации. Затем доведенное до нужной плотности сусло прогоняют через специальное оборудование - хмелецедильник, остужают до 6°С и очищают с помощью сепараторов от образовавшихся белков. В процессе данных технологических операций сусло осветляется и наполняется кислородом, что является обязательным пунктом для развития дрожжей.

Дальнейшим этапом, который демонстрируется, является сбраживание сусла. В компании АО «Дека» текущая операция производится в закрытых металлических емкостях при помощи рас дрожжей низового брожения. Поскольку продолжительность экскурсии осуществляется в строго отведенное время, туристы не смогут наблюдать за окончанием брожения, которое длится около четырех-пяти суток.

Последующей операцией производства пива является дображивание пива. Продукт перекачивают посредством насоса в герметичные металлические танки. В зависимости от сорта пиво выдерживают при температуре 0-3°С в течение 10-15 суток. Целью дображивания считается возрастание крепости и осветления готового продукта, а также насыщение углекислотой. Это необходимо для формирования новых веществ, которые в последствии формируют аромат и вкус созревающего пива.

Окончательным этапом производства является проведение существующих видов контроля готовой продукции с последующей обработкой в формате фильтрования для обеспечения прозрачности перед розливом. В ходе осветления пиво теряет часть двуокиси углерода, поэтому осуществляется введение дополнительной дозы углекислоты. Далее из-за введения последнего компонента необходимо выделить время на выдержку пива в течение 9 часов для полного растворения в нем двуокиси углерода [3].

Технология производства натуральных продуктов брожения основана на исконно русском традиционном способе приготовления. Она включает в себя использование только натуральных ингредиентов: дрожжи, ячменный, ржаной светлый, карамельный и жженый солода, сахар, воду. Современные прогрессивные технологии позволяют заботливо сохранить вкус и рецептуру настоящих продуктов живого брожения. Качество и безопасность готовой продукции на предприятии обеспечивается строгим круглосуточным лабораторным контролем на всех этапах процесса производства по регламентированной схеме отбора проб и периодичности. Схема контроля включает в себя входной контроль сырья и материалов, качество готовой

продукции, оформление готовой продукции, а также контроль условий хранения продукции на заводских складах. Среди систем качества на АО «Дека» установлены такие, как ISO 9001, ISO 22000 (HACCP).

Посещение предприятия АО «Дека» поможет сформировать более полное понимание того, как происходит производство кваса и пива в промышленных условиях. Наглядность, понятность донесения информации сделают эту экскурсию особо познавательной. Все выше перечисленные факторы позволяют сделать вывод, что компания «Дека» подходит для внесения в список объектов для промышленного туризма.

Литература.

1. **Биржаков М.Б.** Введение в туризм: Учебник. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 512 с.

2. Дека [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://deka.com.ru (дата обращения 15.03.2020).

3. **Калунянц К.А.** Технология солода, пива и безалкогольных напитков. - М.: Колос, 2012. - 442 с.

4. **Радионова И.Е.** Производство кваса: Учеб.-метод. пособие. - СПб.: Университет ИТМО, 2015. - 39 с.

Вишнякова Т.А. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ИЗУЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ВИЗИТА НА МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ОАО «ВЕЛИКОНОВГОРОДСКИЙ МЯСНОЙ ДВОР»

Аннотация. Туристический визит на современное мясоперерабатывающие предприятие ОАО «Великоновгородский мясной двор» – это большая возможность увидеть своими глазами весь цикл производства и все особенности выработки мяса и мясопродуктов. Для туристических организаций было бы интересно открыть еще одно направление - промышленный туризм. Экскурс на пищевое производство - это огромная возможность заинтересовать будущую молодежь в получение профессии. После экскурсии все участники надолго сохранят полученные впечатления о мероприятии.

Ключевые слова. Туристический визит, ОАО «Великоновгородский мясной двор», группа компании «Адепт», экскурсия.

В нашей стране вопрос возможности формировании туристического направления по посещению промышленных предприятий находится на очень низком уровне. При этом, присутствует ощущение отсутствия между

производством, государством, системой образования четкого взаимодействия в области внедрения понятия промышленного туризма в регионах [1].

В настоящий период достаточно большая редкость отыскать организации по производству пищевой продукции, которые могут открыться для туристического бизнеса, в особенности на постоянной основе, а не в порядке исключения, например, между предприятием и университетом.

В настоящие время промышленный туризм в Великом Новгороде до сих пор не получил должного распространения. Пока этот сегмент практически не работает, поскольку лишь немногие предприятия понимают, зачем им открывать двери «посторонним» людям.

Со своей стороны, развитие промышленного туризма может существенно повысить интерес к путешествиям, как по региону, так и по России в целом, одновременно внося вклад в популяризацию рабочих профессий, осуществляя профориентационные цели.

Промышленные экскурсии – хороший познавательный момент, особенно для студентов. Особой популярностью такой вид туризма пользовался бы у обучающихся восьмых, девятых и десятых классов, которые еще не определились с выбором профессии. Ведь именно на предприятии ребята могут увидеть все своими глазами. Для самих предприятий проведение экскурсий по производству – яркий рекламный шаг и возможный источник дополнительных кадров. Цель таких экскурсий – познакомить обучающихся и их родителей с миром профессий.

Компания «Адепт» – это одно из больших, благополучно и стабильно работающих, активно растущих производств в сфере сельского хозяйства, мясоперерабатывающей промышленности и торговли в Новгородской области [2]. Компания «Адепт» включает в себя несколько предприятий:

– ООО «Новгородский бекон»;

– ОАО «Великоновгородский мясной двор»;

– ЗАО «Адепт».

Основным в компании является выпуск продукции из мяса птицы, свинины и говядины соответствующего качества, конкурентоспособной и востребованной продукции на рынке Российской Федерации.

Ежедневное решение поставленных задач по выпуску качественной продукции позволяет Компании «Адепт» снижать себестоимость выпускаемых продуктов, обеспечивать ее конкурентоспособность, поддерживать выпуск большого ассортимента с одновременно высокими показателями качества на рынке продуктов питания.

ООО «Новгородский бекон» – является одним из ведущих производств в аграрном комплексе в Новгородской области. Предприятие считается крупнейшим собственником сельскохозяйственных площадей в Северо-Западном регионе России.

Основным вектором работы ООО «Новгородский бекон» является работа по выращиванию свиней на свиноводческих производствах,

расположенных в деревне Чечулино и деревне Волот. Производство является современным, в нем используется передовые немецкие технологии.

ОАО «Великоновгородский мясной двор» является одним из ведущих мясоперерабатывающих компаний на Северо-западе РФ. Предприятие работает на рынке России в сфере мясо переработки более четверти века. Производительность компании составляет объём более тридцати шести тысяч тонн в год мясной продукции.

Производство на ОАО «Великоновгородский мясной двор» включает в себя несколько цехов:

– Цех первичной переработки;

– Цех производства полуфабрикатов с мощностью пятнадцать тысяч тонн продукции. Ассортимент выпускаемой продукции довольно широк и включает в себя: крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты, субпродукты, фарш, шашлыки и другие;

– Консервный цех. Производственные мощности цеха составляют шестьдесят миллионов банок в год. Выпускаемый ассортимент – более шестидесяти наименований мясных и мясо содержащих изделий: мясорастительные консервы, мясные паштеты, ветчины, каши с мясом, корма для животных и другие;

– Колбасный цех. Обьем выпускаемой продукции – девять тысяч тонн. Продукция выпускается под торговой маркой «Новгородский Бекон» с широким ассортиментом варёных, полукопчёных и сырокопчёных колбас, мясных деликатесов, сосисок и т.д.

Предприятие активно работает с торговыми сетями и выпускает продукцию не только под собственной торговой маркой, но и под торговыми марками партнеров.

Несколько лет назад на производстве существовала, действовала система менеджмента безопасности пищевой продукции ХАССП. Предприятие сертифицировано по критериям «Росстандарт» в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 22000:2005, в декабре 2014 года получен сертификат № DE 31100210 FSMS, признаваемый национальной немецкой системой аккредитации DAkkS и международной организацией по сертификации IQNeT.

Несколько лет назад производство ОАО «Великоновгородский мясной двор» благополучно прошел экспертизу на соответствие международной системе сертификации FSSC 22000. Также предприятие проходит ежегодные аудиты для соответствия условиям и техническим требованиям федеральных сетей, Росрезерва, «МаррРуссия» и других компаний.

Продукция на ОАО «Великоновгородский мясной двор» производится из охлажденного мяса свинины и курицы, выращенных в ГК «Адепт», и является экологически чистой и натуральной, что подтверждается соответствующими сертификатами качества.

ЗАО «Адепт» работает на рынке более четверти века и является надежным и стабильным предприятием, осуществляющим деятельность по

оптово-розничной торговле продуктами питания, имеющим фирменную торговую сеть «Адепт».

Торговая сеть «Адепт» состоит из оптово-розничной базы, более двух десятков предприятий розничной торговли в Великом Новгороде и Санкт-Петербурге.

ЗАО «Адепт» в основном занимается реализацией мясопродуктов, колбасных изделий, замороженных полуфабрикатов, произведенных на ОАО «Великоновгородский мясной двор».

Группа компаний «Адепт» является поставщиком в региональные и федеральные сети большого ассортимента мясных, колбасных изделий, консервов и других продуктов питания, имеющих высокие показатели качества.

Предприятие облагает современным логистическим центром, включая собственный автопарк рефрижераторных машин, обеспечивающих стабильно высокий уровень обслуживания.

Группа компаний «Адепт» постоянно усовершенствует и улучшает свои производства, предприятия заинтересованы в сотрудничестве с отечественными и иностранными предприятиями. С этой целью руководством компании предлагаются проекты к совместной реализации.

Нами изучена возможность туристического визита на мясоперерабатывающее предприятие ОАО «Великоновгородский мясной двор». Визит на производство начинается с колбасного цеха. Экскурсоводом рассказывается и наглядно показывается весь технологический процесс по выпуску колбасных изделий и мясных деликатесов от начальной стадии - поступления сырья в цех, этапов его переработки, до получения готового продукта. Экскурсия проводится главных технологом или начальником службы качества, который объясняет все тонкости производственного процесса выпуска колбасных и мясных деликатесов.

Перед началом экскурсии всем присутствующим, не являющимся сотрудниками предприятия, согласно Требованиям пищевой безопасности по выпуску продукции выдается одноразовая спецодежда – халаты, бахилы и шапочки, убираются волосы, снимаются украшения и часы [3].Экскурсия начинается с прачечной завода, в которой рабочая одежда стирается ежедневно, отдела хранения одежды и мойки обуви рабочих.

Перед входом в колбасный цех обязательно дезинфицируются бахилы, и происходит мойка рук со спиртом.

На заводе нет уборщиц – за чистоту каждого рабочего места отвечает рабочий. Чистота и стерильность на производстве – идеальная. Любая тара на заводе ставится не на пол, а на специальные пластиковые поддоны, отходы помещаются в одноразовые пакеты (ведра не используются).

Так же рассказывается и наглядно показывается современное оборудование колбасного цеха, камеры созревания, помещения фасовки и упаковки готовых изделий. В цехе по производству колбасных изделий участникам экскурсии демонстрируется оборудование, на котором

происходит измельчение мясного сырья и так же растительного (лук, репчатый, морковь и т.д). Так же показывается как на большой промышленной мясорубке под названием «куттер» происходит тонкое измельчение мясного сырья и шпика до однородной консистенции, которое в конечном результате и называется колбасным фаршем. Готовый фарш по трубам, спускам, в специальных тележках подается к шприцам.

Затем специалисты показывают, как на формовочном аппарате фаршем набиваются специальные оболочки для колбас. Так колбаса приобретает привычную для всех форму батона. После того как колбаса или сосиски приобрели необходимую форму их отправляют в термокамеру, где совершается тепловая обработка продукта при высоких температурах. В термо камере осуществляются такие процессы как: варка при высоких температурах, жарка и копчение изделий. Это необходимо с той целью, чтобы продукт впитал в себя необходимый аромат и приобрел высокие органолептические характеристики. Под органолептическими характеристиками понимается вкус, аромат, а также консистенция изделия. Экскурсантам дается попробовать на ощупь и на запах буковую щепу, на которой коптятся колбасные изделия и деликатесы.

После того, как продукт прошел термическую обработку его, отправляют в аппарат охлаждения и созревания. Это делается с целью уменьшения потерь продукта по массе, а так же для уменьшения риска патогенной микрофлоры, и для сохранения товарного вида. Процесс охлаждения вареных, ливерных колбас, сосисок, сарделек при интенсивном отводе теплоты от колбасных батонов проводят непосредственно после процесса варки.

Также показывается помещение, где совершается процесс сушки колбасных изделий. Колбасные изделия располагаются на специальных рамах, технологический процесс сушки проводится для уменьшения влаги в продукте. На этапе сушки протекают технологические не только процессы испарения влаги с поверхности продукции, но и перенос воды из центральных слоев к периферии, повышение концентрации поваренной соли и коптильных веществ, что обеспечивает увеличение сроков хранения мясопродуктов.

Сушка осуществляется параллельно с интенсивным отводом теплоты. Сушат колбасные продукты в сушильных аппаратах, состоящих из обогревателей, воздуховодов, трубопроводов для орошения водой и испарителями. Трубопроводы для орошения водой необходимы для поддержания температурно-влажного режима.

В колбасном цехе имеется участок, где производят куриные копченые изделия: куриные крылья, целиковые тушки, куриные ножки и грудку. Технология разделки тушки на части начинается с разделения ее на ленточной пиле. Затем разделанные тушки отправляются на следующий технологический этап - посол. Посол сырья осуществляется в специальных тележках, сырьё солят нитритно-посолочной смесью. После того как куриное

мясо замариновалась, его отправляют на процесс формовки. Формовка мяса куры заключатся в его обвязке и навешивания на палки рамы. После чего сформованное куриное мясо отправляется в термокамеру, где происходят процессы варки и копчения изделия. После термических воздействий мясо куры охлаждают в камерах охлаждения. Затем охлажденные изделия отправляют на участок упаковки.

В завершение экскурсовод показывает, где проводится упаковка готовых изделий и наклеивается этикетка. Экскурсанты знакомятся с современным упаковочным оборудованием, видят его работу в действии. На участке готовой продукции участникам экскурсии разрешается самостоятельно наклеить этикетки на колбасу и на другие изделия, выпускаемые предприятием. После упаковки готовые продукты отправляются на склад, где хранятся до реализации в торговые сети.

По окончании экскурсии разрешается дегустировать только что произведенную продукцию.

В заключение хочется отметить, что мясоперерабатывающее предприятие ОАО «Великоновгородский мясной двор» очень заботится о санитарной чистоте цеховых производственных помещений. На предприятии соблюдаются строгие санитарно – гигиенические требования к сырью, производственным участкам, оборудованию и, конечно, к самим работникам цеха. Это очень важно, ведь в первую очередь от этого и зависит качество готовой продукции.

Экскурсия помогает более полно понять то, как работает предприятие по выпуску колбасных изделия имя сопродуктов. Наглядность всех технологических процессов и понятность донесения информации сделают особенно познавательным, интересным и запоминающимся посещение туристами предприятия ОАО «Великоновгородский мясной двор». Всё вышеперечисленное позволяет нам говорить о том, что Группа компаний «Адепт» подходит для внесения в список объектов для промышленного туризма.

Литература.

1. **Корешков М.В., Деревнина С.Е.** Промышленный туризм: знакомство с производством // Профессиональное образование и рынок труда. – 2015. – № 9-10. – С. 42-43.

2. Адепт [Электронный ресурс]// Режим доступа: https://adept.ru/(дата обращения 03.03.2020).

3. ТР ТС 021/2011 Технический регламент Таможенного союза "О безопасности пищевой продукции"[Электронный ресурс]// Режим доступ: http://docs.cntd.ru/document/902320560 (дата обращения 31.03.2020).

Воронина Д.В. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ЗНАКОМСТВО С ОСОБЕННОСТЯМИ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХБАРАНОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА АО «НОВГОРОДХЛЕБ»

Аннотация. Туристическая экскурсия на современное предприятие по выпуску хлеба АО «Новгородхлеб» - это огромная возможность увидеть воочию весь цикл приготовления хлеба и все особенности его производства. Для туристических организаций было бы интересно открыть еще одно направление - промышленный туризм. Экскурсия на пищевое производство - это одна из возможностей заинтересовать будущую молодежь в получении профессии и познакомить людей с производством. После экскурсии взрослые и дети обязательно получат много новой и полезной информации о предприятии.

Ключевые слова. АО «Новгородхлеб», бараночные изделия, промышленный туризм, экскурсии.

В последнее время, в Российской Федерации набирает популярность промышленный туризм. Этот вид туризма более распространен в городах Западной Европы и Америки. Он особенно развит в маленьких городах, где выбор достопримечательностей для посещения их населением, сильно ограничен. В результате люди в этих городах начали посещать организации и заводы, которые изготавливают продукцию известных производителей, имеющие потенциал в историческом и промышленном наследии, и даже организации с передовыми технологиями производства товаров. Туристы начали посещать промышленные предприятия за рубежом, начиная с двадцатых годов прошлого века. Это было связано с развитием промышленности и вниманием населения к способу производства различных продуктов. На сегодня, промышленный туризм развивается не только в небольших, но и в крупных городах.

В Советском Союзе, студенты и молодежь часто посещали компании с целью обучения. На данный момент, поездки на промышленные предприятия с целью ознакомления, в России только начинают формироваться.

На сегодня, основным туристическим направлением на заводские предприятия, считается отправление постоянных экскурсионных поездок к активным пищевым производствам. Этот вид туризма является новинкой, результатов исследования по нему мало. На сегодняшний день доступно большое количество мест для посещений на различные производственные предприятия. В основном эти предприятия находятся за рубежом.

К примеру, в одной из европейских стран более одной тысячи семисот различных организаций приняли туристов на свои собственные фирмы.

Одно из предприятий во Франции каждый год пропускает через свои двери более трехсот тысяч туристов.

В Великобритании, завод по производству шоколада ежегодно пропускает через себя около четырехсот тысяч туристов.

Например, в Испании, особенно востребованы направления, где можно посмотреть, как растет виноград, готовится вино и где его можно попробовать, провести дегустацию со специально обученным человеком – сомелье.

В Голландии наиболее востребованным направлением является посещение хозяйств, выращивающих цветы, в особенности тюльпаны. Интересным является также посещение различных цветочных праздников, проходящих летом в старинных нидерладских городках и деревушках.

Во Франции наиболее интересным является посещение предприятий, производящих сыры по традиционным для французов старинным технологиям. На этих предприятиях можно изучить технологию производства и провести интересную дегустацию большого ассортимента сыров: от острых и сладких, от содержащих пряные травы, сыров различных цветов до традиционных.

На данный, момент люди заинтересованы в развлечениях и возможности научиться чему-то новому. Экскурсии на предприятия привлекают продвинутых туристов. Во время таких туров люди открывают для себя производство с новой необычной для обывателей стороны. На этих экскурсиях туристам интересно оценить все самим, поучаствовать в производственном процессе, продегустировать, и в заключении купить или получить в подарок продукцию. Особенно популярны такие посещения вместе с подростками и детьми малого возраста. Маленьким посетителям любопытно изготовление различных лакомств, например, пирожных или пиццы.

Стоит отметить, что заниматься популяризацией пищевых производств – это очень умный шаг. Такие экскурсии являются очень познавательными и в тоже время качественным пиаром для фабрик и заводов. При этом люди, посещающие эти предприятия, еще и оплачивают их. Во время таких посещений фабрика демонстрирует все свои самые лучшие стороны: чистоту на производстве, современное новейшее оборудование, взаимоотношения в коллективе сотрудников, исправную работу аппаратов и машин и т.д. Результатом всего этого является то, что предприятие получает высокую оценку своей выпускаемой продукции от потенциальных покупателей [1].

АО «Новгородхлеб», является одним из ведущих заводов по выпуску хлеба, кондитерских изделий, макарон и прочих продуктов в городе Великий Новгород, а также Новгородской области в целом. Хлебозавод является одним из наиболее давно работающих в нашем городе предприятий. Однако для предприятия его возраст не имеет значения, потому как он является прогрессивным, очень быстро растущим производством, соответствующим техническим нормативам России и стран Европы. Пекарня имеет передовую

и хорошо оборудованную технику. На технологическом оборудовании АО «Новгородхлеб» производится более ста тонн хлеба и булок, а также более трех тонн тортов и пирожных ежедневно. На предприятии АО «Новгородхлеб» работают более четырех пятидесяти человек. Предприятие занимает обширную территорию, около сорока тысяч квадратных метров.

Достаточно широк и разнообразен ассортимент выпускаемой продукции. На заводе выпускается свыше двадцати наименований хлеба и булок, более пятидесяти видов кондитерских изделий. Предприятие изготавливает разнообразные кексы, рулеты, печенье заварные подарочные пряники с символикой Великого Новгорода, пирожки, пирожные и торты детской серии и праздничной тематик. Также предприятие выпускает бараночные изделия – сушки и баранки разных вкусов (ванильные с маком, классические и т.д.), сухари с различными добавками (с изюмом, горчичные, ванильные и проч.) и хлебные палочки различных вкусов (соленые, сладкие, ванильные, сырные и т.д.).

Около сорока процентов вырабатываемых предприятием продуктов питания продается в магазинах предприятия, которые включают в себя десять стационарных помещения и шестнадцать передвижных [2].

Хлеб и булки производят из пшеничной муки высокого качества. Баранки, сушки и бублики выпускают в форме кольца или овальными.

Баранки, сушки и бублики выпускаются более тридцати разновидностей [3].

Сушки – это продукт из пшеничной муки с небольшой влажностью, округлой или овальной формы с отверстием посередине. Сушки – это исконно российский традиционный продукт, известный еще издревле. По классической рецептуре сушки изготавливаются из муки, очищенной воды, поваренной соли, яиц. В древние времена сушки готовили из теста, разрезая тонко полосками, после их скручивали в колечки, и погружали их в кипяток. После того как обваренные кольца всплывали на поверхность, их вынимали из воды и помещали в печку, где они высушивались на протяжении долгого времени. Именно из-за этого процесса сушки получили такое название. На сегодняшний день на сушки уже не варят в кипящей воде, а воздействуют на них паром с высокой температурой.

Баранки – это продукт из пшеничной муки с небольшой влажностью, округлой или овальной формы с отверстием посередине. Впервые встречается в летописях в конце семнадцатого века. На Руси этот продукт назывался «обваранка». Название пошло от действия, которое совершали с тестом – его обваривали. Но спустя время и с постепенным изменением структуры русского языка закрепилось современное название «баранка». Технология производства и классический состав баранок похож с технологическим процессом и составом сушек. Сушки различаются от баранок размерами и влагосодержанием. В России эти деликатесы исконно подавались на чаепитие [3].

Технологический процесс изготовления бараночных изделий включает в себя следующие этапы производства:

- замес теста;
- отлеживание;
- формовка;
- расстаивание;
- обваркатестовых колец;
- выпекание;
- упаковывание.

На предприятии АО «Новгородхлеб» бараночные изделия производятся на современном новейшем оборудовании, линии полностью автоматизированы.

Тесто для бараночного изделия, производят методом заквашивания. Предварительно готовится закваска из хлебопекарных дрожжей, состоящей из культуры Saccharomycescerevisiae. Для каждой партии теста, используется строго определенное количество закваски.

Также баранки и сушки можно произвести на АО «Новгородхлеб» ускоренным методом. Для этого при подготовке теста происходит, смешивается одновременно всех ингредиентов, содержащихся в рецепте.

Далее приготовленное тесто замешивают и раскатывают на вальцовочном станке, затем, безотлежки, его перенаправляют на технологический этап формования, ошпаривают. Следующим технологическим этапом является выпекание.

Натирание теста – это его подготовка по окончании замешивания: тесто проходит через рифленые вальцы натирочного аппарата три или четыре раза [3].

Затем из теста образовывают рулоны, накрывают тканью, и выдерживают в течение получаса для прохождения технологического этапа брожения. Длительность этого этапа в первую очередь зависит от качества муки, от содержания в ней клейковины.

Тесто формируется на универсальных аппаратах для формовки. При производстве всевозможных форм бараночной продукции, аппараты имеют в наличии взаимозаменяемые технические элементы различных размеров [3].

После формования проверяется масса тестового кольца. Это необходимо для обеспечения стандартного количества изделий в один кг готового продукта.

На АО «Новгородхлеб» применяют укладчики тестовых колец на противен, автоматический пересадчик противней с заготовками в расстойный шкаф.

Ошпарка – обязательная операция при производстве бараночных изделий. На этом технологическом этапе осуществляются физико-химические превращения углеводов и белковых соединений. При ошпарке фиксируется форма и размер изделий, получается продукт гладкий и блестящий.

Во время первой ошпарки тесто находится несколько минут на воздухе, насыщенном водяными парами.

Для ошпаривания паром используется ошпарочное оборудование, включающее в себя ожоговую и печную камеру с совместным транспортером. В производствах, используются ошпарочно-печные аппараты с печами. В этих аппаратах конвейер осуществляет непрерывное движение.

Выпекают бараночные изделия также в ошпарочно-печных агрегатах.

На предприятии АО «Новгородхлеб», упаковка бараночных изделий осуществляется в полиэтиленовую пленку, сформированную в пакеты на упаковочных машинах.

Бараночные изделия в такой упаковке защищены от воздействия внешней среды. Они изготавливаются отдельно от остальнойпродукции (хлеба и булок), во избежание ухудшения их свойств [4].

Цель посещения предприятия АО «Новгородхлеб» заключается в знакомстве с особенностями производства хлебобулочных бараночных изделий. Такие экскурсии могут помочь экскурсантам сложить более полное понимание того, как происходит выпуск сушек, баранок, хлеба, булок, печенья, тортов и др. в производственных условиях. Тщательный контроль качества готовых продуктов и соблюдение всех стандартов производства позволяет АО «Новгородхлеб» быть одним из ведущих производителей хлебобулочных изделий в городе Великий Новгород и Новгородской области. Наглядность и понятность донесения информации сделают эту экскурсию особо познавательной. Все выше перечисленные факторы позволяют сделать вывод, что компания АО «Новгородхлеб» подходит для внесения в список объектов для промышленного туризма.

Литература.

1. **Косякова А. А.** Перспективы развития промышленного туризма в России // Научная мысль. – 2016. – № 1. – с. 56-59.

2. «Новгородхлеб» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://novgorodhleb.ru/, свободный – (20.03.2020).

3. **Широкова Л.О.** Технология бараночных изделий улучшенного качества и функционального назначения[Текст] /Л.О. Широкова// Пищевая промышленность. – 2015. – №4. – С.62-63

4. **Цыганова Т.Б.** Технология и организация производства хлебобулочных изделий. [Текст] / Т.Б. Цыганова// Академия – Москва,2016.– С.65-67.

Глебова О.М. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ПОСЕЩЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ВЕЛИКОГО НОВГОРОДА ПО ПРОИЗВОДСТВУ КЛЮКВЫ В САХАРНОЙ ПУДРЕ

Аннотация. Промышленный туризм рассматривается как посещение одного из кондитерских производств г. Великий Новгород - ПССПК «Дары Святогории». На предприятии рассказывают про полезность ягод Новгородской области: клюквы, черной смородины, брусники и облепихи. Предоставляя технологический процесс производства «Клюквы в сахарной пудре», уделяется внимание описанию определённых режимов технологии и работы технологического оборудования.

Ключевые слова. Витамины, промышленный туризм, ПССПК «Дары Святогории», «Клюква в сахарной пудре».

В последние несколько лет огромную популярность имеет такое направление в индустрии туризма, как – промышленные туристические туры. Промышленный туризм популярен своим направлением для промышленных развитых стран Западной Европы. Оно очень хорошо развивается в городах, населенных пунктах, основанных при градообразующих предприятиях и имеющих ограниченный выбор исторических и культурных достопримечательностей. Предметами туристического интереса в этих городах стали предприятия с известными торговыми марками, имеющими исторические и промышленные ресурсы, а также обладающие нынешними высокотехнологичными приемами производства различных продуктов. Путешествие туристов на промышленные предприятия зарубежных стран активно развивается с конца двадцатого века. И это все происходит благодаря тому, что промышленное производство хорошо развивается, а людям хочется все больше и больше узнавать о способах производства тех или иных товаров. На сегодняшний день промышленный туризм развивается не только при градообразующих предприятиях, но и в индустриально-промышленных центрах многих стран мира. Промышленный туризм происходит в форме экскурсии по определенному маршруту, который разрабатывается заранее [1].

Рассматриваемым нами объектом туризма будет являться единственный в Великом Новгороде перерабатывающий дикорастущее сырье сбытовой сельскохозяйственный потребительский кооператив «Дары Святогории», имеющий сокращенное наименование ПССПК «Дары Святогории».

Члены кооператива осуществляют свою деятельность на землях Ивановского и Великосельского сельских поселений Старорусского района Новгородской области. Предприятие специализируется на сборе и реализации дикорастущих ягод, грибов, травяной растительности [2].

На сегодняшний день в кооперативе «Дары Святогории» для продажи населению изготавливается только продукт «Клюква в сахарной пудре». В дальнейших планах предприятия стоит расширение ассортимента выпускаемой продукции. Совместно со студентами Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого ведется доработка рецептуры и отработка технологии таких продуктов как «Черная смородина в сахарной пудре», «Брусника в сахарной пудре».

Клюква хорошо растет в европейской части страны, например, в Карелии и в Сибири. В Новгородской области клюква растёт на лесном болоте. Для лучшего произрастания ягоде необходимо много света и воды. В тех места, которые являются экологически нечистыми, клюква растет очень плохо. Что касаемо минерального состава почвы, то клюква не требовательна к нему. Корни кустарника создают симбиоз с почвенными грибками, которые помогают растению «извлекать минеральное питание». При выборе грунта - клюква выбирает кислую почву, с pH до 2,5.

Кусты клюквы на верховых и переходных болотах формируют стелющиеся по земле заросли с тонкими невысокими побегами, образуя островки. Растёт это растение только в экологически чистых местах. Она хорошо плодоносит там, где редко ступает нога человека.

По срокам сбора различают клюкву:

– летнего;

– осеннего;

– весеннего сборов.

Клюква летнего сбора имеет беловатую окраску и очень твердая на ощупь. Отличительная особенность этой ягоды – способность дозревать. Вкус такой ягоды более кислый, такие ягоды более горькие, со значительно меньшим содержанием минеральных веществ и витаминов, с невысоким содержанием сахара, хранится хуже.

Осенний сбор клюквы осуществляют, как правило, с сентября по октябрь, до наступления устойчивых морозов. В ягодах клюквы осеннего срока сбора содержится больше пектиновых веществ, обладающих высокой желирующей способностью, что дает возможность использования ее в производстве кондитерских изделий, а специфичные микроорганизмы, сохраняющиеся на поверхности ягод, позволяют использовать ее в виноделии.

Вместе с тем, ягоды клюквы могут отлично перезимовывать на кустах, при этом в них происходит накопление сахаров, делая ягоду более сладкой предпочтительной для сбора. Но это отражается на содержании витамина С, он уменьшается. Подснежная клюква, собираемая ранней весной, более сладкая вследствие уменьшения кислотности, но хранится совсем недолго.

При сборе ягод особое внимание необходимо обращать на окраску плодов. Для сбора и дальнейшей переработки используют клюкву с темноокрашенной ягодой. Это связано с тем, что такие ягоды содержат больше биологически активных веществ.

Несмотря на значительное содержание воды в составе, полезных веществ в ягоде более чем достаточно. В 100 г клюквы содержится: воды – 88,25%; сухих веществ – 11,75%; сахара – 2,84%; лимонной кислоты – 2,45%; пектина – 0,73%; клетчатки – 2,01%; азотистых веществ – 0,32%; золы – 0,22%.

Клюква в сахарной пудре традиционное лакомство. Пудра смягчает естественно-кислый вкус. Благодаря содержанию витаминов В и С, бензойной и сорбиновой кислот, клюква уникальна своими свойствами: она регулирует количество воды и активизирует обменные процессы в организме, снижает кровяное давление, выводит из организма шлаки и стимулирует иммунитет.

Уникальность клюквы обусловлена:

– ее витаминным составом В, К, А, РР, С. Главный витамин клюквы - аскорбиновая кислота;

– минеральным составом, включающим микро и макроэлементы;

– большим набором органических кислот, таких как, лимонная, яблочная, бензойная, которые придают клюкве ярко выраженный кислый вкус;

– незначительным содержанием сахаров: глюкозы и фруктозы;

– комплексом антиоксидантов;

– высоким содержанием пектинов [3].

Витамин С – это мощный антиоксидант, улучшает способность организма усваивать железо. По содержанию витамина С, клюква уступает только киви. Об этом говорит очень кислый вкус ее ягод. Аскорбиновая кислота необходима для нормального протекания обмена веществ в организме, усвоения железа, нормального функционирования систем человека. Важно знать, понимать и помнить, что витамин С разрушается при тепловой обработке [4].

Чёрная смородина – многолетнее растение семейства крыжовниковых. Ягоды чёрной смородины являются низкокалорийными, содержат не более шестидесяти кКал в сыром виде. Ягоды содержат большое количество полезных веществам и витаминов группы В (В1, В2, В6, В9), а также витаминов С, D, Е, К, Р, А. В ее составе также содержатся пектины, каротиноиды, сахара, органические и фосфорная кислоты.

Ягоды брусники в своем составе содержат углеводы, полезные органические кислоты (лимонную, салициловую, яблочную и другие). А также в ягодах содержатся большое количество витаминов А, В, С, Е, содержится до 10-15% сахаров (глюкоза, сахароза, фруктоза), а так же такие микроэлементы как калий, кальций, магний, марганец, железо и фосфор, пектин, каротин, дубильные вещества. Благодаря большому количеству бензойной кислоты, ягоды брусники хорошо сохраняются и обладают консервирующими свойствами.

Ягоды облепихи невероятно разнообразны витаминами В1, В2, С, Е, К, Р, флавоноидами, фолиевой кислотой, каротиноидами, бетаином, холином,

глюкозой, фруктозой и фосфолипидами. В ягодах имеется большое количество кислот, таких как: яблочная кислота, лимонная, кофейная и винная. Ягоды облепихи также богаты дубильными веществами. Не лишены они и микроэлементами, и макроэлементами, такими как: натрий, магний, железо, алюминий, кремний, марганец, молибден и другие.

В сбытовом сельскохозяйственном потребительском кооперативе «Дары Святогории», продукт «Клюква в сахарной пудре» изготавливается по определенной технологической схеме:

1. Прием дикорастущего сырья;
2. Сортировка и мойка поступившего сырья;
3. Первичная переработка сырья;
4. Упаковка готового продукта;
5. Хранение и реализация.

Клюкву закупают от населения Новгородской области, принимают на производство, взвешивают при помощи электронного оборудования, после этого ее инспектируют на инспекционном столе. При этом ягоды очищают от различных примесей и загрязнений. Далее очищенная клюква моется при температуре 18-20^{0}С. После этого клюкву укладывают на инспекционный стол: при небольших объемах сушка происходит естественным путем, а при больших объемах - под принудительным обдувом воздуха при помощи специализированного вентилирующего оборудования. Когда ягоды просушатся, варится клейстер в варочном котле с мешалкой «КВ-60-12М» [5]. Пропорции клейстера 1:10 (1 часть крахмала и 10 частей воды). Далее ягоды клюквы загружаются в дражировочный барабан «СВА- 4А» с клейстером, где в течение 1-2 минут ягоды с клейстером перемешиваются [6]. После чего, клюква с клейстером перемещается в другой такой же дражировочный аппарат, но уже с сахарной пудрой (сахарной пудры в 4 раза больше по весу, чем клюквы). Сахарную пудру получают из сахарного песка, с помощью молотковой дробилки «MOLOT-200». Дражировать необходимо 2 минуты. По окончании технологического этапа драживания клюкву необходимо оставить для выстаивания на период до получаса. После выстаивания клюква в сахарной пудре вынимается из барабана, с помощью крупного сита излишки сахарной пудры отделяются. Далее клюква поступает на инерционный обкаточный стол, на нем она приобретает форму, отбиваются остатки пудры, готовый продукт клюква в сахарной пудре попадает в приемный лоток. В лотке продукт выстаивается несколько часов и только после этого она поступает на следующий технологический этап, уже окончательный – фасование.

На основании детально рассмотренной технологии приготовления продукта «Клюква в сахарной пудре» можем сделать вывод и предположить то, что для изготовления ягод в сахарной пудре для сбытового сельскохозяйственного потребительского кооператива «Дары Святогории» есть возможности для расширения производства и увеличения разнообразия ассортимента выпускаемой ягодной продукции. В планах у потребительского

кооператива отработать рецептуру и технологию выпуска такой продукции из натуральных ягод как «Черная смородина в сахарной пудре», «Брусника в сахарной пудре», «Облепиха в сахарной пудре», ведь они также являются продуктами большим содержанием витаминов и микроэлементов, необходимых организму человека.

Литература.

1. **Никулина Ю. Н., Струзберг Г. В.** Промышленный туризм в системе взаимодействия вузов и предприятий: содержание и перспективы развития. / Монография. –М.: Издательство «Перо», 2015. – 188 с.

2. ППСК «Дары Святогории» [Электронный ресурс] / rusprofile.ru – Электронные текстовые данные – Rusprofile.ru © 2009 – 2020 – Режим доступа: https://www.rusprofile.ru/id/11518854 / (дата обращения 26.03.2020).

3. Витамины в клюкве [Электронный ресурс] / gkb18.ru - Электронные текстовые данные – пищевая ценность, сайт о влиянии продуктов на организм © 2020 – Режим доступа: https://gkb18.ru/v-produktah/kakie-vitaminy-v-klyukve-sostav-i-tsennost-yagody.html / (дата обращения 26.03.2020).

4. Витамин С [Электронный ресурс] / student.zoomru.ru – Электронные текстовые данные – © 2009 – 2020 – Режим доступа: https://student.zoomru.ru/med/vitamin-s/68544.555660.s1.html / (дата обращения 26.03.2020).

5. Варочный котел [Электронный ресурс] / agro-mash.ru - Электронные текстовые данные – © Агромаш 2007-2020 - Режим доступа: https://www.agro-mash.ru/varochnyi-kotel.html?yclid=15032667142674547 34 / (дата обращения 26.03.2020).

6. Дражировочный аппарат [Электронный ресурс] / agroserver.ru - Электронные текстовые данные – АгроСервер.ру 2005-2020 - Режим доступа: https://agroserver.ru/b/drazhirovochnyy-baraban-sva-4-378129.htm / (дата обращения 26.03.2020).

Дементьева И.А. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Канищева Н. А.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Аннотация. Туристическая индустрия это одна из наиболее динамичных отраслей, быстро развивающихся в мировом хозяйстве. Туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. В настоящее время туризм является самой рентабельной сферой мирового хозяйства.

Ключевые слова: демографические факторы, рынок международного туризма, туризм.

Интерес к изучению демографических процессов в нашей стране и регионе возрастает, так как демографический фактор, как и экономический, и социальный является одной из важнейших предпосылок общественного развития. Важность и значимость демографической проблемы признана всеми государствами. Но, для одних проблемой является перенаселение и нехватка самых необходимых ресурсов для жизнеобеспечения, а для других – спад рождаемости наряду с убылью населения.

Цель исследования: исследовать и проанализировать демографические факторы развития туризма и их влияние на рынок международного туризма.

Объектом исследования являются особенности демографических факторов развития туризма.

Любая развивающаяся экономическая система рассчитана на рост населения, если этого не происходит, то такая экономика не развивается, а если численность рабочей силы уменьшается, то и экономика страны падает во всех показателях. Эта проблема касается всех развитых стран мира и может привести даже к мировому экономическому кризису. Поэтому, государству необходимо искать пути решения вопроса низкой рождаемости и большой смертности населения.

Демографическая политика Российской Федерации должна быть направлена на увеличение продолжительности жизни, сокращение уровня смертности, рост рождаемости, сохранение и укрепление здоровья населения, регулирование внутренней и внешней миграции и улучшение на этой основе демографической ситуации в стране.

Постоянное влияние на развитие сферы туризма оказывают демографические факторы, касающиеся численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры (с выделением трудоспособного населения, учащихся и пенсионеров), семейного положения и состава семей. Так, рост населения в мире в целом и его отдельных регионах прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов [1].

Статистические данные свидетельствуют, что туристские потоки из стран, имеющих повышенную плотность населения, интенсивнее, чем из стран с меньшей плотностью населения. Кроме того, достаточно четко прослеживается тенденция изменения туристской подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения.

Так, наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют лица в возрасте 18-30 лет. Однако общая туристская подвижность людей достигает пика в 30-50 лет. Исследования показывают, что неженатые (незамужние) люди более мобильны, чем семейные, а женщины проявляют к туризму больший интерес, чем мужчины.

Туризм занимает четвёртое место среди всех отраслей по доле вклада в мировой ВВП. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), в 2019 году вклад туризма в мировой ВВП составил 8,3 трлн. долларов – это 10,4% от общего объёма. Впереди, по данным Boston

Consulting Group, только розничная торговля, финансовые услуги и строительство. А к 2028 году вклад туризма в мировую экономику должен вырасти до 12,5 трлн. долларов или до 11,7% мирового ВВП.

Экономический потенциал у сферы туризма колоссальный. Однако Россия явно отстаёт от мировых тенденций. По оценке Ростуризма, туротрасль сейчас даёт 3,47% отечественного ВВП, в планах на 2026 год – повышение вклада до 5% ВВП. При этом Ростуризм оценивает совокупную пользу от потока туристов, включая косвенную выгоду.

А вот доля прямых поступлений, согласно исследованиям WTTC, в 2019 году находилась на уровне 1,24% от российского ВВП (1,13 трлн. рублей или 19,5 млрд. долларов). Очень скромный показатель. И, как показывает практика, туризм не является альтернативой обрабатывающей или добывающей промышленности. Туризм отлично их дополняет.

В целом же показатель населения России к 2050 году (сейчас — 146,7 млн. человек) будет с вероятностью 90% находиться в диапазоне 126–146 млн. человек, при этом наиболее вероятным будет прогноз его сокращения до 135 млн. человек. Но само по себе сокращение населения не так важно по сравнению с соотношением в его численности долей трудоспособных и пожилых граждан. Если использовать классический подход к определению пожилого человека (старше 65 лет), то с вероятностью 90% в России к 2050 году на 100 трудоспособных будет приходиться от 37 до 51 человека старшего возраста (сейчас – 23).

Сервисы, которые помогают туристам планировать поездки самостоятельно, чувствуют себя уверенно. Авиакомпании делают свои тарифы более низкими, и это позволяет путешественникам снизить расходы. Все больше туристов самостоятельно бронируют отели с помощью онлайн-агрегаторов [2].

Российские путешественники сейчас предпочитают экономить. Это выражается в первую очередь в снижении интереса туристов к странам Юго-Восточной Азии. В этом году турпоток в Индию за девять месяцев упал на 22% по сравнению с прошлым годом, в Таиланд – на 9%, а во Вьетнам – на 7%.

Туроператорам также приходится экономить, отправляя туристов обычными рейсами, а не чартерами. Такая политика приводит к удорожанию пакетных туров и становится серьезным вызовом для индустрии путешествий.

Демографический фактор – это термин, используемый для обозначения зависимости темпов и пропорций социального развития или его индивидуальных экономических параметров (рабочей силы, доли потребления в национальном доходе и др.) От численности, половой структуры и семейного состава населения. Динамика населения, рождаемости и смертности. Это сложная системная концепция. Характеризует количественные и качественные аспекты населения: процессы

воспроизводства (рождаемость и смертность), миграция населения, социальная мобильность, здравоохранение, уровень образования.

Конечно, поддержка государства – это временная мера, но она стимулирует развитие, поднимет общий уровень, и тогда уже заработают рыночные механизмы.

На Северном Кавказе бизнес уже создал Центр развития регионального туризма в Пятигорске – это центр компетенций, занимающийся подготовкой кадров, разработкой стратегий, подготовкой мастер-планов, работой с инвесторами, там же площадка диалога государства и индустрии гостеприимства, на ней все игроки отрасли могут собраться на стратегическую сессию и сделать новые продукты. Это показывает, что такие инструменты нужны, пока проект поддержало полпредство, но организаторы рассчитывают и на поддержку Минэкономразвития или Ростуризма. Ведь такие центры должны быть во всех федеральных округах.

Минэкономразвития прекрасно понимает, что развитием индустрии гостеприимства должен заниматься сам рынок, отвечает федеральный чиновник. Но проблема в том, что в этом сегменте рынок не сформировался – никогда не было устойчивого заказа на сборку подобного рода масштабных комплексных туристических проектов, поэтому задача государства – подключиться и создать спрос, Центр развития туризма создает спрос на кадры, на качественные проекты.

И это будет спрос на включение людей разного профиля – экспертов в туристической индустрии, маркетологов, архитекторов, урбанистов, экологов, финансистов – в мультифункциональные команды. На миграционные потоки будет влиять не только миграционная политика правительства, но и в целом привлекательность экономики России для иностранной рабочей силы по сравнению с другими странами [3].

В последние годы в мире наблюдается тенденция превышать темпы роста числа путешественников в соседние страны или страны в ближайших регионах по сравнению с количеством путешественников в дальние страны. Некоторые эксперты связывают это с постоянной угрозой терроризма в мире, другие – с увеличением числа туристических поездок в год из-за краха праздников. Эту тенденцию необходимо учитывать при формировании и реализации государственной политики, направленной на развитие въездного туризма.

Основными факторами, определяющими будущее туризма, являются: конкуренция, информационные технологии, авиаперевозки, услуги туроператоров, а также условия для политического и социального развития.

В последние годы мировая индустрия туризма столкнулась с растущим уровнем конкуренции между странами как внутри, так и за пределами их региона. Прежде всего, на это указывают все более распространенные и агрессивные меры воздействия рекламы при продвижении ее туристического продукта на зарубежные рынки.

Кроме того, спрос на туризм и предложение туристов зависят от многих изменяющихся факторов, таких как влияние государственной политики, экономическое и финансовое развитие, демографические и социальные изменения, а также развитие инновационных технологий.[2]

Таким образом, усиление конкуренции как на рынке туристического спроса, так и на рынке туристических предложений является одной из важных тенденций в развитии мирового туризма.

Современная индустрия туризма быстро развивается. Его развитие способствует активному экономическому росту многих стран мира. На развитие индустрии туризма конкретного государства существенное влияние оказывают тенденции развития мирового туризма. Сегодня туризм стал самостоятельным сектором экономики, почти 6% мирового валового национального продукта, 5% всех налоговых поступлений и 7% глобальных инвестиций.

По прогнозам Всемирной туристской организации (ВТО), сектор туризма будет активно развиваться в будущем. Количество путешественников к 2020 году достигнет 1,6 миллиарда человек в год, что означает увеличение числа прибывающих туристов в 2,4 раза по сравнению с 2000 годом. В то же время доходы от туризма, по прогнозам ВТО, в 2016 году составят 1550 миллиардов долларов США. Это в 3,3 раза выше уровня 2000 года, а к 2020 году прогнозируется увеличение доходов до 2000 миллиардов долларов США.

Проанализированные данные свидетельствуют о том, что индустрия туризма активно развивается: увеличивается количество прибывающих туристов в мире в целом и во всех туристических макрорегионах. Поэтому дальнейшие научные исследования в этом направлении будут посвящены поиску путей решения проблем развития туристического сектора.

Литература.

1. **Алимбекова М.М.** Туризм как отрасль экономики / Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2017. № 9. [Электронный источник] / URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=23456565 (дата обращения 27.01.2016г.)

2. Ежегодный отчет UNWTO за 2017 г. URL: http://media.unwto. org/ru/ annual -reports.

3. Росстат посчитал туристов в 2017 году / [Электронный источник] URL: http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/29997 (дата обращения 24.01.2018г.)

4. Состояние турфирм в России на 2018 г. URL: http://www.kommersant.ru.

5. **Чернуха Д.С.** Инновации и туризм: зарубежный опыт / В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России Материалы VII Всероссийской научно-

практической конференции с международным участием. В 2-х частях . 2018. [Электронный источник] / URL: http://elibrary.ru/item.asp?id=24049069 (дата обращения 24.01.2019г.)

Евтюгина Н.В. студентка ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

ПОТЕНЦИАЛ ПРИМЕНЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ ДОШКОЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ В ДЕМЯНСКОМ РАЙОНЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В современном обществе всё больше внимания уделяется инклюзии и исследованию её различных аспектов. В статье рассматривается построение процесса более полного вовлечения в социальное общение людей с ограниченными возможностями и особыми потребностями посмредством использования различных сторон туристической сферы. Проблема анализируется и разрабатываются предложения применительно к конкретному региону и определённому виду образования.

Ключевые слова. Инклюзивные технологии, туризм, образование, регион.

Инклюзивность в туризме понимается как определенная форма туристской деятельности, которая основывается на процессе сотрудничества различных участников сферы туризма, которая позволяет получателям услуг с особыми потребностями и ограниченными возможностями получить доступные услуги. Как правило, речь идет о людях с ограниченными возможностями, и вместе с тем, мало исследуется проблема охвата целевых групп, которые по социальным и экономическим причинам ограничены в рассматриваемой сфере.

Иной подход предполагает, что инклюзивные технологии в управлении сферой туризма обычно рассматриваются с экономических позиций и позиций применения форм туристических мероприятий. Вместе с тем, практически не исследованы вопросы управления инклюзивностью с позиций межотраслевого и межведомственного взаимодействия. Так, Демянский район, обладая серьезным потенциалом в сфере оздоровительного, историко-патриотического туризма слабо использует возможности инклюзии даже в рамках межведомственного взаимодействия муниципальных подразделений.

Объектом исследования выступает туристический управленческий потенциал учреждений и ведомств Демянского района. Методы исследования основаны на сочетании аспектного и системного подходов: использованы как общенаучные методы – анализ и синтез, индукция и дедукция, так и специфические для исследования систем управления – анализ управленческой документации, метод имитационного моделирования.

Необходимо оценить потенциал применения инклюзивных технологий сферы туризма в Демянском районе в преломлении к проблемам межведомственного взаимодействия в управлении отраслью.

Характеризуя потенциал Демянского района в сфере туризма, необходимо обратить внимание на рекреационный туризм; историко-культурную, оздоровительную (здоровьесберерегающую), спортивную и экологическую сферы [6; 7; 8]. Историко-патриотический и историко-культурный потенциал территории района обусловлен расположением свыше 200 мемориальных объектов. Установлены места сражений и событий Великой Отечественной войны. На территории района работают 5 местных и свыше 10-и отрядов поисковых движений из других регионов.

К сожалению, программы дошкольного образования практически не предусматривают проведение экскурсий по этим местам. Мероприятия, проводимые управлением культуры и молодежной политики, не имплементированы в образовательные программы дошкольных учреждений. В частности на протяжении нескольких лет организациями культуры развивается такая форма туризма как семейный тематический квест. Вместе с тем, в планах работ учреждений образования участие в данных мероприятиях не предполагается.

В летний период дошкольные образовательные учреждения, как правило, объединяют группы, а охват дошкольников, приезжающих на летний период в район крайне мал, учитывая, что количество населения в так называемый «дачный» период в районе увеличивается более, чем в 2 раза. Организуя специальные группы с предоставлением услуг дошкольными учреждениями и учреждениями культуры, возможно, реализовывать историко-просветительские образовательные программы за отдельную небольшую плату. В связи с этим, было бы уместно создание межведомственной комиссии, которая бы гармонизировала рабочие планы и программы учреждений культуры и образования. Одной из перспективных форм работы мог бы стать «семейный квест» – своеобразное соревнование с поиском информации и прохождением по определенным в заданиях точкам. Это позволило бы предоставить услуги разным по уровню экономического положения группам в доступной и интересной форме.

Здоровье сберегающие технологии – актуальный тренд современной туристской деятельности. Однако считается, что такое направление затратно для определенной нами инклюзивной группы [2. С.54]. В рамках взаимодействия внутри системы образования района в течение учебного года организуются многочисленные мероприятия и эстафеты, направленные, прежде всего, на семьи с детьми школьного возраста. Заполнить этот пробел могли бы разработанные совместно с «Демянской ДЮСШ» походы и посещения спортивных объектов, где детям, совместно с родителями и педагогами предлагались физкультурные программы, программы совместных занятий.

Нельзя забывать, что дошкольный возраст – это период, когда происходят наиболее интенсивные процессы роста и развития организма, формирования личности ребенка. Именно в этом возрасте закладываются основы будущего состояния здоровья, физической подготовленности, умственной деятельности человека. Современная система образования имеет целью воспитание здоровой личности, которая заботится о своем здоровье и здоровье окружающих, стремиться вести здоровый образ жизни. В то же время в последние годы наблюдается значительное ухудшение состояния здоровья детей. Количество абсолютно здоровых детей снизилось, увеличилось количество детей с хроническими заболеваниями [3. С.67].

Основными причинами такого положения является ухудшение экологической ситуации, экономические проблемы в районе, падение уровня жизни населения, снижение уровня медицинского обслуживания, ускорение темпа жизни, увеличение нагрузки на детей. Определенное место занимают факторы, связанные с недостатками учебно-воспитательного процесса, недостаточной осведомленностью детей с особенностями соблюдения здорового образа жизни. Следовательно, настоящее требует создания здоровьесберегающего пространства не только в учебном заведении, где дошкольник проводит большинство времени, а также формирование здоровьесберегающей компетентности у детей, посредством инклюзии самих дошкольников и их семей в целевую туристическую деятельность.

Как отмечают специалисты, у детей 5-7 лет, которые проводят в детском саду 8 часов, на двигательную активность приходится лишь 27,5 % времени, тогда как состояние покоя продолжается 72,5 %, или 2 часа 15 минут против 5 часов 45 минут соответственно [9. С.231]. Поэтому возникает потребность в инклюзии средств и форм для оптимизации двигательной активности в дошкольных учебных заведениях и изменений учебно-воспитательного процесса.

Именно межведомственные программы могут не просто поправить ситуацию, но и принести дополнительные средства учреждениям образования. Особенно это касается летнего периода, когда неохваченными остается группа отдыхающих семей с детьми.

При этом усматривается необходимость совмещения туристических направлений: здоровьесберегающего и экологического, учитывая высокий потенциал района в этих двух сферах. Сохранения здоровья во вне образовательного пространства дошкольных учебных заведений направляется на повышение ценностного отношения к собственному здоровью и здоровью детей; на создание условий, которые дают возможность не навредить, а улучшить физическое и психическое благополучие детей, семей и педагогов; на реализацию методов, форм и средств обучения в соответствии с физиологически-психологическими принципами сохранения здоровья; на внедрение системы туристских мероприятий, обеспечивающих гармоничное духовное и физическое развитие, предотвращение развитие заболеваний, а также деятельность, направленную на сохранение и

повышение уровня здоровья не только детей, но и семей в целом. Все виды деятельности детей должны быть валеологически обоснованными, то есть построенными с учетом базовых потребностей дошкольников: потребности в саморазвитии, игре, подражании, приобретении опыта [11. С.38]. То есть район, обладая необходимыми ресурсами (тренажерными и игровыми площадками, стадионами, расположенными возле озер и лесов) должен использовать этот потенциал для развития инклюзивного туризма с участием дошкольников и соответствующих учреждений образования. Одним из средств решения данной проблемы является использование здоровьесберегающих технологий в туристских мероприятиях, когда экологические занятия и квесты, разработанные педагогами, чередуются с семейными занятиями, проводимыми под руководством специалистов ДЮСШ.

Экологические мероприятия могут быть совмещены с историко-просветительскими – краеведческими. Для разработки таких межведомственных программ необходим учет, с одной стороны, развивающего характера, а с другой – местного колорита фольклорного материала.

Кроме сказок, современных детей очень интересуют мультфильмы. Влияние мультипликационных фильмов на дошкольников объясняется действием трех основных психологических механизмов: интереса, внушения и подражания [5. С.42].

В программы дошкольников можно включать просмотр мультфильмов, в которых герои демонстрируют различные физические упражнения, с одновременным выполнением их детьми. Такие мультипликационные физкультурные комплексы можно использовать во время походов и в подготовительной части к соревнованиям или квесту, а также в качестве физкультминуток и физкультпаузы во время туристических мероприятий.

С целью популяризации доступного туризма, необходимо использовать и несколько иной подход в самих учреждениях дошкольного образования. Введение элементов туризма в учебно-воспитательный процесс предоставит возможность для комплексного решения всех задач физической и экологической культуры, лучшему усвоению содержательных блоков базового компонента дошкольного образования – патриотическое, экологическое, физическое воспитание, внедрение здоровьесберегающих технологий.

По нашему мнению, особенностью и безусловным преимуществом использования занятий по туризму является доступность проведения занятий физическими упражнениями в условиях природной среды. Так, в лесопарковой зоне, где проводятся занятия, есть в основном все необходимые условия для ходьбы и упражнений из равновесия (могут использоваться поваленные деревья, пеньки, бревна), для прыжков (канавы, кустики, пеньки), для бросания и ловли (шишки, желуди, камешки), для

ползания и лазания (поваленные деревья, кусты и т. д.). Естественная среда позволяет создавать различные условия для проведения упражнений.

Использование туризма в воспитании детей дошкольного возраста, на наш взгляд, безусловно имеет еще одно существенное преимущество - это не требует дополнительных материальных затрат, не требует дополнительного оборудования, по сравнению с тем, что уже имеется на территории района.

Занятия по туризму может проводиться с детьми и семьями всех возрастных групп. Начинать надо с созерцательного ознакомления с окружающей средой в младшей группе и завершать более глубоким познанием окружающей среды детьми старшей группы.

Особенностью организации занятий по туризму в дошкольных учреждениях является проведение пропагандистско-подготовительной работы с администрацией и работниками дошкольных учреждений, родителями.

В воспитании дошкольников применение средств туризма включает различные по содержанию виды туристской подготовки: теоретическую, физическую и психологическую. Вполне понятно, что речь идет о начальной подготовке, соответствующей возрастным особенностям развития ребенка.

Основным средствам туризма в работе с дошкольниками является:

– туристский поход;

– подготовительные (дополнительные) упражнения, направленные на развитие физических качеств, с максимальным использованием природной среды (легкоатлетические упражнения, прикладные гимнастические упражнения, плавание, народные игры и т. п. К упражнениям прикладной гимнастики относятся: ходьба и бег, упражнения в равновесии, лазание и перелазывания, упражнения в метании и ловле, поднимании и переноске груза, преодолении препятствий и простые прыжки);

– туристские упражнения прикладного многоборья (вязка узлов, сборка палаток и т. др.).

В специальной литературе существуют различные подходы к определению роли туристского похода в учебном процессе: во-первых, туристский поход считают средством туризма [10]; во-вторых, формой организации учебного процесса [1. С.8]; в-третьих, формой контроля физической подготовленности детей дошкольного возраста и семей [4. С. 169].

По нашему мнению, туристский поход в целом, и в дошкольном учреждении в частности, является и средством туризма, и формой организации, и формой контроля.

Переходы, походы-прогулки, путешествия, экскурсии, квесты, целевые прогулки, слеты-соревнования, туристические вечера, выставки, туристические лагеря, походы выходного дня участием родителей являются основными формами туристской работы с дошкольниками и их семьями.

В условиях дошкольного учебного заведения целесообразно проводить различные виды туризма: по виду передвижения (активный и пассивный), по

способу передвижения (пешеходные и лыжные походы – прогулки); по времени проведения (дневные и вечерние); по цели (сюжетные, спортивные и туристические).

Анализ позволяет сделать выводы о том, что занятия по туризму могут быть включены не только в физкультурно-оздоровительную работу и активный отдых детей, которые сложились в практике работы дошкольных учреждений, но и в туристическую работу учреждений культуры.

Особенностями и преимуществами включения дошкольников и их семей в туристскую деятельность является доступность их проведения в условиях природной среды, отсутствие потребности в дополнительных материальных ресурсах, широкий круг средств и форм организации туризма, что обеспечивает создание многообразных условий для проведения мероприятий. Для успешного решения задач необходимо учитывать возрастные анатомо-физиологические и психологические особенности детей дошкольного возраста.

На основании оценки туристического потенциала Демянского района в сфере развития инклюзивности целевых групп – дошкольников и их семей, мы приходим к выводам о необходимости:

1. Численной оценки целевых групп для принятия решения о включении различных форм туристской деятельности в межведомственные программы развития туризма;
2. Создания межведомственной комиссии для определения проектных параметров разработки туристских программ и проектов с участием нескольких учреждений образования и культуры;
3. Определения минимальных и максимальных численных показателей охвата образовательными и культурными услугами в сфере туризма в течение года по определенным периодам;
4. Разработки проектов образовательными учреждениями и учреждениями культуры с целью привлечения целевой группы к занятиям туризмом;
5. Определения экономических параметров результативности оказываемых услуг, с учетом имеющейся ресурсной базы района.

Литература.

1. **Абакумова Л.Б., Гутара И.Н., Широких Н.И.** Духовно-нравственное развитие и воспитание обучающихся средствами экологии, туризма и краеведения // Вестник научных конференций. 2016. № 1-2 (5). – С. 7-8

2. **Вдовина Л.Н.** Активный туризм – важный компонент здоровьесберегающих технологий детей и подростков. // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Ответственный редактор А.А. Клетнева. – Нижневартовск: НВГУ, 2014. – С. 54-58

3. **Вячина А.А., Володченко А.Н.** Реализация системы здоровьесбережения и биогенные факторы риска в туризме и на экскурсиях на природу // Актуальные проблемы охраны здоровья и безопасности детей. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Саратов: Саратовский источник, 2019. – С. 67-71

4. **Голаев М.М.** Значение и роль туризма в физическом воспитании подрастающего поколения // Современное состояние и перспективы развития научной мысли: сб-к статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: Омега Сайнс, 2016. – С. 167-169

5. **Гучетль А.А.** Краеведение и туризм – школа воспитания личности // Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2017. № 4 (125). – С. 39-45

6. План работы учреждений культуры в сфере патриотического воспитания Демянского района на 2020 г. – Демянск: Б.и., 2019. – 59 с.

7. Планы работ – рабочие программы МАДОУ «Дюймовочка». – Демянск: Б.и., 2019. – 112 с.

8. Планы работ – рабочие программы МАДОУ «Родничок». – Демянск: Б.и., 2019. – 119 с.

9. **Рахматуллина О.В., Носенко Н.П.** Расширения здоровьесберегающего образовательного пространства // Инновационные технологии в науке и образовании. 2016. № 1-1 (5). – С. 230-235

10. **Рябова Т.В.** Туризм как средство воспитания детей в поликультурной среде // Проблемы психолого-педагогической работы с молодежью в поликультурной среде современного образовательного учреждения: сборник материалов I Международной научно-практической конференции. – СПб.: НИЦ АРТ, 2016. – С. 149-152

11. **Шпет В.В., Овчинников Ю.Д., Якунина В.А.** Здоровье сберегающее образование как фактор дополнительного образования детей // Журнал естественнонаучных исследований. 2019. Т. 4. № 4. – С. 36-41.

Егорова А.А. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Никифорова Е. П.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ И ПРИНЯТИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Аннотация. В данной статье рассмотрены и проанализированы различные современные подходы к разработке и принятию управленческих решений. Приведены результаты исследования о влиянии решений управленца на работу компании.

Ключевые слова: управленческое решение, управленец, приятие решений, менеджер, руководитель, методы принятия решений, разработка управленческих решений, организация, технология принятия решений, эффективность.

Способность разрабатывать и принимать управленческие решения является одним из важнейших навыков, которыми должен обладать любой менеджер. От решения управленца зависит многое, поэтому оно должно быть наиболее верным и приемлемым в возникшей ситуации. Управленческое решение занимает центральную роль в системе менеджмента на предприятиях, так как все функции управления направлены на его подготовку, принятие и реализацию. Менеджер любого уровня принимает огромное количество решений за один день, он должен всегда стараться отыскать наилучший вариант действий и применить его на практике, чтобы в итоге достигнуть поставленных целей и добиться желаемого результата быстро и эффективно [5].

Процесс принятия управленческих решений в значительной степени зависит от специфики экономического субъекта и его размеров. Также можно сказать и о том, что помимо размеров и специфики объекта на принятие и разработку управленческого решения влияет коллектив, поэтому менеджеру крайне важно знать разные подходы и способы, чтобы справляться с ежедневными задачами и возникающими проблемами на предприятии своевременно. Постоянно меняющаяся ситуация на рынке продуктов и услуг требует применения новых подходов к управлению: на первый план выходят критерии эффективности и повышение требований к гибкости управления организациями [2].

Объектом исследования выступает управленческое решение и различные подходы к его разработке и дальнейшему внедрению на предприятие. В основе исследования лежит изучение современных способов построения и реализации управленческих решений. Анализ полученных данных и формулировка выводов по результатам исследования.

На данной момент экономическая среда нестабильна, именно поэтому необходим постоянный мониторинг ситуации и поиск новых методов решения задач, которые соответствуют уровню современных организаций. Таким образом, каждому специалисту в области управления необходимо владеть теоретическими знаниями и практическими навыками разработки управленческого решения, так как, применяя эти знания на практике, они могут стабилизировать положение фирмы [3].

Принимать особо значимые решения труднее всего, в связи с этим управленец должен четко осознавать цели и прорабатывать различные варианты достижения поставленной задачи. Часто успех того или иного управленческого решения зависит не от хорошо проанализированной ситуации, а от интуиции действующего лица и его способности принимать решения исходя из ситуации, то есть подстраиваясь под нее. Также на окончательное решение специалиста влияет его мировоззрение, знания, суждения и что немаловажно его рациональность. В зависимости от того, на каких аспектах подготовки принятия решения делается акцент, можно выделить следующие современные подходы к принятию управленческих решений:

1. Интуитивный и в реалиях российской действительности самый популярный. Часто российские предприниматели, бизнесмены и управленцы принимают решения основываясь только на своих ощущениях. Они не анализируют все риски, обычно это происходит уже после принятия решения. Поэтому, если человек не обладал достаточным багажом знаний, не изучал претенденты и его опыт невелик, решение может не принести запланированного результата и, по сути, может нанести урон предприятию. Чтобы принятые решения имели успех нужно развивать интуицию, а это можно сделать, только получая опыт и изучая новую информацию ежедневно.

Люди разные, соответственно и интуиция у всех развита по-разному, но в любом случае, как бы хорошо это ощущение не было выражено у специалиста, статистика показывает, что риски такого подхода очень велики, а шансы на принятие правильного решения невысоки. По этой причине интуитивные решения следует подкреплять другими подходами и полученными в ходе работы и учебы знаниями.

2. Существует подход, основанный на суждениях. Этот подход предполагает, что лицо, принимающее решение всегда будет опираться на полученные знания и накопленный опыт. Но так как человек опирается лишь на свои знания, то логика этих решений просматривается слабо, однако, этот подход имеет место быть, так как решения принимаются быстро и не требует больших временных и финансовых затрат, ведь специалист действует единолично. В этом случае руководитель использует знания и опыт, полученные ранее в аналогичной ситуации, и выбирает вариант, который, по его мнению, принес бы наилучший результат. Но если руководитель не сталкивался с такой ситуацией в прошлом, то такой подход не сработает.

3. Далее следует рациональный подход. Решения, принимаемые при использовании этого подхода, не зависят от прошлого опыта и обосновываются аналитически. Чтобы решить проблему таким способом, управленец должен выполнить определённую последовательность действий:

- В самом начале важно правильно диагностировать проблему, иначе руководитель рискует ошибиться в подборе решения;
- Далее формулируются ограничения и критерии для принятия решения;
- После специалисты выявляют разные альтернативы решения одной проблемы;
- Производится оценка каждой альтернативы, то есть специалисты проводят анализ каждого варианта решений на его возможные перспективы;
- И только после прохождения всех этих стадий принимается окончательный выбор.

Когда руководитель сталкивается с какой-то задачей, в первую очередь он должен установить истинную причину возникновения проблемы, то есть он диагностирует проблему. Проблема должна определяться на основе анализа факторов, которые к ней привели. После обнаружения отрицательно

влияющей на производство ситуации нужно понять, что может стать препятствие к решению проблемы, такие ограничения могут зависеть как от самого руководителя, так и от ситуации, например, ограничительными факторами могут стать: недостаток финансов в организации, низкая квалификация рабочего состава, отсутствие оборудования, моральные и этические соображения и т.д. Далее специалистами вырабатываются критерии принятия решений: экономичность, надежность, дизайн и тому подобное. Когда критерии уже определены, эксперты выдвигают несколько возможных вариантов решения. На предпоследней стадии рационального подхода необходимо оценить эффективность и выгоды каждого решения в сложившейся ситуации, а после сделать окончательный выбор в пользу более рационального решения [4].

Основополагающим подходом с точки зрения принятия управленческих решений является соблюдение принципа консенсуса, который предполагает получение результата в согласовании различных мнений и спорных вопросов в процессе выработки самых нетривиальных решений. Консенсус, может быть, достигнут путём консультаций и многочисленных обсуждений, а также благодаря различным методикам рационализации предлагаемых вариантов. При этом, необходимо отметить, что распространённый в парламентской борьбе принцип большинства имеет ограниченное применения в бизнес среде, поскольку рассматриваемый принцип не обеспечивает оптимальный отбор наилучших альтернатив среди потенциальных методик принятия высококачественного решения [1].

Еще одним современным подходом к принятию управленческих решений и на данный момент достаточно популяризированном является метод мозгового штурма. Такой подход стимулирует творческую активность у участников, а результатом такой деятельности может служить принципиально новые подходы к решению возникающих проблем. Он применяется во многих организациях и коллективах, когда нужно найти решения самых разнообразных задач. В последние годы, с развитием информационных технологий широкую огласку получил, так называемый «электронный мозговой штурм». Именно участники электронного мозгового штурма более непредвзяты в своей оценки, а эффект данного метода возрастает в разы, так как такой способ связи обеспечивает анонимность и стирает географические границы и разные барьеры, в том числе и социальные.

Для российского руководителя также близок метод проб и ошибок. В таком случае ошибка не считается непозволительной и является лишь инструментом получения опыта. Вместе с этим сейчас стал применяться подход, в котором посредством изучения причинно-следственных связей определяется первопричина конкретной проблемы, этот способ называется «Пять "почему?"». Руководитель рассматривает логику задаваясь вопросами по типу «Почему?» и постепенно раскрывает всю цепь последовательно

связанных между собой причинных факторов, оказывающих влияние на проблему [2].

Также достаточно новым подходом является стимулирование конструктивного спора. Участники такого спора ставят перед собой цель найти лучшее решение, прийти к истине, ведя доказательство своей точки зрения по законам логики и теории аргументации, уважая и признавая мнения своего оппонента [5].

Все перечисленные подходы являются достаточно современными и актуальными для руководителей и часто применяются на практике. Каждый способ по-своему эффективен, поэтому специалист должен понимать, что для разных ситуаций должны использоваться соответствующие подходы.

Методы принятия управленческих решений – это конкретные способы, с помощью которых может быть решена проблема. В работе были выделены самые популярные и постоянно используемые на данный момент времени методы. В рамках каждого из подходов существуют свои технологии и инструменты, у каждого подхода видна определяющая модель поведения руководителя, поэтому очень важно знать теорию и изучать прошлый накопленный опыт других управленцев, чтобы принимать правильные решения. Но так как мир постоянно меняется, то изменяются и подходы к разработке управленческих решений, таким образом, менеджеру нужно постоянно следить за изменяющейся экономической средой, проявлять креативность и стратегически мыслить при решении различных проблем.

Литература

1. **Гладышева И.В.** Методы принятия управленческих решений. Москва, 2019 г.

2. **Глазова М.В.** Методические подходы к разработке и принятию управленческих решений в российских компаниях // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2016 г. № 4 (56). С. 119-125.

3. **Глазова М.В.** Новые инструменты и практические решения для повышения эффективности процесса разработки и принятия управленческих решений // Сборник «Глобализационные процессы в условиях современности: профессиональный взгляд Межвузовский сборник научных трудов по итогам IV-IX Всероссийских электронных научно-практических конференций, проводимых I Российским порталом электронных конференции «www.gs-conf.com»». Под редакцией Е.Г. Попковой. 2016 г. С. 47-49.

4. **Морозова И.А., Глазова М.В.** Типы и уровни принятия управленческих решений в современных организациях // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2016. № 13 (192). С. 78-83.

5. Современные подходы к принятию решений [Электронный ресурс] – URL https://studbooks.net/1422980/menedzhment/sovremennye_podhody_prinyatiyu_resheniy (Дата обращения 05.04.2020)

Егорова А.А. студентка ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: МОДА ИЛИ ВЫБОР?

Аннотация. В данной статье проанализирована выбранная Россией стратегия цифровизации, ее положительное и отрицательное влияние на экономику. Даны оценочные суждения о целесообразности перехода с реальной экономики на цифровую.

Ключевые слова. Цифровая экономика, экономика, цифровизация, цифровые технологии, цифровая трансформация, цифровая революция.

Цифровизация всей страны и всего человечества идёт и развивается бурными темпами. Согласно Указу Президента России от 15 мая 2018 года «О структуре федеральных органов исполнительной власти» в Российской Федерации наряду с Министерством экономического развития создано путём переименования и Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Распоряжением Правительства России от 28 июля 2017 года была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации», в которой определены цели, задачи, направления, и сроки реализации основных мер государственной политики по созданию необходимых условий для развития в России цифровой экономики [1]. В такой экономике данные в цифровом виде являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, поэтому сейчас ведется множество разговоров о важности и нужности цифровой экономики. Термин «цифровая экономика» в 1995-ом году ввёл в употребление американский информатик массачусетского университета – Николас Негропонте. Он трактовал это понятие как интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и начало процесса информатизации второго поколения.

Учёные считают, что с внедрением цифровых технологий в процессы производства происходит более активный толчок к развитию аналоговых видов сервисов и производств. Но все же не стоит забывать о том, что цифровая экономика – это виртуальная среда, дополняющая нашу реальность, по сути, это лишь дополнение к реальной «аналоговой» экономике.

Объектом исследования выступает цифровая экономика, как направление развития России. В основе исследования лежит анализ влияния цифровой экономики на решение значимых проблем общества и

поставленных государством задач. Анализ полученных данных и формулировка выводов по результатам исследования.

В России поставлен курс на развитие цифровой экономики, но у многих возникают вопросы о целесообразности такого решения. Нельзя надеяться на то, что такая экономика заменит всю остальную, так как создает она в основном виртуальные деньги и виртуальные продукты, но потребность в реальных вещах всегда была и будет. Также можно говорить о проблеме сокращения рабочих мест, ведь рабочие места эта сфера почти не создает. Неизбежно то, что нужна экономика, производящая материальные вещи, которые можно потрогать руками, продукты питания, которые можно съесть, одежду, которую можно надеть на себя – такая экономика всегда была и будет основой экономического благополучия и процветания.

Возможно, цифровая экономика – это и выбор, но он явно не лучший. Россия стремится к тому, от чего западные страны уже уходят. Нужно понимать, что поднять экономику огромной страны можно лишь наладив производство реального продукта.

Но это вовсе не означает, что нужно прекратить развивать данную сферу. Нельзя отрицать факт улучшения и упрощения всех процессов в государстве. Сейчас не выходя из дома можно купить все в чем может нуждаться человек, то есть медикаменты, одежду, продукты и т.д. Также для любого человека, имеющего доступ в интернет, стала доступна различного рода информация, стало проще документобращение, так как теперь документы можно заполнить и отправить онлайн. С приходом цифровых технологий стало возможным получить различные онлайн услуги, примером может выступать приложение от Сбербанка – мобильный банк. Цифровизация в таком ключе облегчает деятельность предприятия, создавая различные системы, чтобы оптимизировать деятельность организации и уменьшить время отправки денег посредникам и рабочим, избегая при этом множества ошибок.

Но есть такие отрасли, в которых переход на цифровой способ связи происходит не так быстро и стремительно. Это касается машиностроения, нефтедобычи и сельского хозяйства. Связанно это с тем, что данные отрасли слишком масштабные и довольно давно существующие, поэтому внедрение новых технологий протекает трудно. Но организации, занимающиеся в этих сферах, сейчас работают над устранением возникающих проблем и разработкой новых программ, которые предоставят возможность сделать производство более эффективным. На данный момент времени уже созданы умные скважины, которые позволяют провести анализ ситуации и быстро среагировать на нее [2].

Цифровая трансформация в рамках формирования цифровой экономики не предусматривает решение большинства глобальных задач, в том числе: изменение климата, экономическая стабильность, проблемы делегирования и выбора оптимальной модели управления в целом. Цифровая экономика представляет собой инструмент для экономического обоснования

новых технологических укладов. При этом необходимо отметить, что западные аналитики предполагают необходимость настройки отношений между субъектами управления и экономики в целом.

Считается, что Россия отстаёт от Запада на 10 лет, но это ошибочное мнение. На самом деле в некоторых отраслях и секторах она находится на одном уровне с лидерами, например в области телекоммуникаций и распространения широкополосного интернета или в сфере распространения интернет-банкинга. Ошибка кроется вдругом, а именно в подходах, которые используют власти для решения технологических задач. То есть для России привычно создавать госкорпорацию, какой-то специальный проект или высокотехнологичную площадку, которая будет находиться под контролем инстанций. Такие институции возникают, но никогда не дадут прорывных проектов и идей, так как уже довольно давно прорывными и наиболее эффективными оказываются небольшие команды совместно работающих талантливых людей. Именно подобные сплоченные группы способны совершить прорыв и открыть новый горизонт, используя минимум средств и ресурсов. Поэтому западные страны на новом этапе цифровизации рассчитывают на человеческий капитал – отсюда такое внимание к цифровому здравоохранению и более тщательной проработке и дальнейшему развитию онлайн-образования. Сейчас в России нет такой среды, которая бы послужила толчком для появления таких команд. Нужно четко осознавать, что разработкой различного программного обеспечения её не создать. Постоянное стремление и зацикленность на соперничестве с Западом, то есть попытка превосходить по многим параметрам, а именно по числу существующих и действующих IT-компаний, скоростью передачи информации, увеличением штата программистов и т.д. может оставить российскую экономику вечно отстающей, то есть такой, какой она и является на сегодняшний день.

Взаимосвязь цифровой экономики с реальностью является основополагающей проблемой цифровой трансформации, именно с данной целью преодоления разрыва в представленных понятиях необходим не «скользящий план», а определение фиксированных экономических показателей с учётом объективных законов рынка.

Многие эксперты задаются вопросом: улучшит ли жизнь наших граждан курс только на развитие цифровой экономики, так как производительность труда в 3,5-4 раза ниже, чем в развитых странах, а степень износа основных фондов за последние три года достаточно высокие. Самый высокий показатель износа основных средств – на предприятиях, производящих машины и оборудование, это вызывает беспокойство. Из 75,3 млн человек, работающих в реальном секторе, более 20 млн – старше 50 лет, следовательно, может возникнуть значительная нехватка нужных на предприятиях специалистов, после выхода на пенсию большого количества сотрудников. Производство реальных продуктов рискует сократиться до

критического, так как работать в отличных от цифровых сфер будет невыгодно и не перспективно [3].

Если бы цифровая экономика ограничивалась ростом охвата интернетом и самообеспечением России в этой сфере, можно было бы признать, что она должна стать государственной программой, не менее актуальной, чем прочие. Но возникает такое ощущение, что с помощью цифровой экономики пытаются отвлечь внимание населения от действительно таких важных проблем как:

1. Отсутствие развития промышленной экономики
2. Бедность и социальное неравенство
3. Отсутствие ориентира движения и национальной идеи
4. Низкий уровень жизни населения и т.д.

Очевидно, что внедрение цифровой экономики не решит эти проблемы в полной мере. Развитие только цифровой экономики и отказ от аналоговой может привести не только к взрывному росту производительности труда, но и к исчезновению множества профессий, а это сократит рабочие места, следовательно, возрастет уровень безработицы и неравенства, если будут востребованы только специалисты, которые занимаются программированием.

Внедрение новых технологий бурно навязывается нам как единственное спасение нашей экономики, что является негативном фактором. Цифровая экономика не представляет собой такую систему, при которой большие данные превращаются в главный фактор производства, так как в основном цифровизация представляет под собой внедрении компьютерных технологий в различные процессы.

Да, цифровая экономика в нашей стране скорее погоня за модой, чем реально обоснованный выбор, который призван восстановить и улучшить экономику странны. Но нельзя отрицать, что внедрение различных компьютерных технологий в целом благоприятно влияет на государственный и частный сектор экономики, ведь развитие цифровой экономики делает возможным быстрый обмен идеями и опытом среди пользователей интернета. Площадки в интернете позволяют коммуницировать людям между собой и посредством этого взаимодействия создавать бизнес-проекты, искать сотрудников или партнеров в свои организации, искать ресурсы и находить возможные рынки сбыта для производимой продукции. Цифровые технологии также могут стать основополагающим инструментом в повышении квалификации сотрудников, обмене знаниями между пользователями со схожими интересами, а также в реализации инновационных идей [4]. Цифровизация правительства позволит государственным органам предоставлять более качественные услуги и быть ближе к населению, так как существует возможность получения обратной связи. Также внедрение инновационных технологий может помочь правительству сократить, наносимый окружающей среде, вред, ведь различного рода инновации способствуют эффективному управлению

природными ресурсами, вдобавок к этому с помощью развития цифровой экономики можно стимулировать экономический рост и способствовать развитию общественного сектора экономики.

Однако цифровая экономика – это лишь вспомогательная часть экономики «материальной». Нельзя заменить промышленную экономику цифровой, так как цифровая экономика производит в основном виртуальные продукты и виртуальные деньги, становясь главной причиной сокращения рабочих мест. Цифровая экономика должна быть дополнением к аналоговой, способным подтолкнуть развитие реальных секторов.

Согласно проведенным опросам, жители России едят меньше мяса, овощей и фруктов, чем жители западных стран. Хуже лечатся, меньше тратятся на покупки товаров, реже путешествуют. Каждый пятый россиянин жалуется, на то, что у него существует нехватка денежных средств и порой не хватает денег даже на еду. И почти никто вовремя соц. опросов не пожаловался, что ему не хватает искусственного интеллекта, виртуальной реальности, интернета 5G и робота – водителя трамвая, поэтому цифровизация, которая должна стать главным фактором производства – цель сомнительная.

В сложившейся ситуации можно сделать вывод, что на данный момент поставленные задачи являются не очень эффективными для нормального роста и развития экономики страны. Поэтому цифровая экономика сейчас – это не что иное, как погоня за модой.

Литература.

1. Модный тренд: цифровая экономика [Электронный ресурс] – URL https://cyberleninka.ru/article/n/modnyy-trend-tsifrovaya-ekonomika/viewer (дата обращения: 25.03.2020)

2. **Голик А. В.** Цифровая экономика в современном мире // Молодой ученый. – 2019. – №45. – С. 280-281. [Электронный ресурс] – URL https://moluch.ru/archive/283/63841/ (дата обращения: 25.03.2020).

3. Что важнее: реальная или цифровая экономика? [Электронный ресурс] – URL https://cont.ws/@inance/713554 (дата обращения: 25.03.2020).

4. **Попов Е.В., Семячков К.А.** Особенности управления развитием цифровой экономики // Менеджмент в России и за рубежом. 2017. № 2. С. 54-61.

5. **Кешелаева А. В.** Введение в «цифровую» экономику, 2017. С. 12–13.

6. **Маркова В. Д.** Цифровая экономика: учебник: ИНФРА-М.: 2018. – 186 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

7. **Ставцева Т.И.** Место и роль информационных ресурсов в современной экономике // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 3-1. С. 37-44.

Егорова Э.А. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ВОЗМОЖНОСТЬ ПОСЕЩЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЯГОДНЫХ НАСТОЕК Г. ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД

Аннотация. Целью организации промышленного туризма для людей является познавание нового, как устроено и работает то или иное производство. Такой вид туризма дает возможность изучить процессы создания различных продуктов на предприятиях, а также привлечь людей на ту или иную должность. Исследование проводились на примере фирмы ОАО «Алкон». В ходе экскурсии получили знания о функционировании технологической линии по производству ягодных настоек.

Ключевые слова. ОАО «Алкон», ликероводочные изделия, настойки, ягоды.

Промышленный туризм – организация ознакомительных экскурсий для студентов на действующие промышленные предприятия. Это своего рода инклюзия для студентов, то есть вовлечение в общественную жизнь [1].

Это очень познавательное и интересное мероприятие, которое проводится специально для ознакомления с деятельностью на различных предприятиях. Проведение подобного рода экскурсий может помочь людям, не определившимся со своим будущим, выбрать дальнейший путь. Возможно, именно посещение определенного предприятия, подтолкнет человека на выбор будущей профессии.

Производство алкогольной продукции на рынке Российской Федерации является одним из основных. И с каждым годом производство алкогольных напитков увеличивается. Актуальной в настоящее время является проблема в отслеживании качества, высокая конкурентность выпускаемой алкогольной продукции в условиях рынка. Россия является страной, где производство и потребление алкогольной продукции тесно связано с национальными традициями. Значительной группой алкоголь содержащей продукции являются настойки на плодово-ягодном сырье. Основополагающим фактором роста и эффективности производства является улучшение качественных показателей производимых продуктов. Повышение качества расценивается, как основное условие их способности конкурировать как на внутреннем рынке Российской Федерации, так и за его пределами. Качественные показатели продукции относятся к наиболее важным и основным критериям производства промышленного предприятия. Сырье является основополагающим и отвечает за формирование качества продукции. От сырья, его состава и качества во многом зависят свойства и качественные показатели уже готового продукта. Качественные показатели плодово-ягодных настоек, прежде всего, зависят от качественных показателей сырья. Экстрактивные вещества, содержащиеся в сырье, отвечают за формирование

вкуса, цвета и аромата готового продукта. Прежде всего – это сахара, органические кислоты, азот вещества, дубильные, красящие, ароматические вещества и др. [2].

На территории Российской Федерации одно из самых важных требований к обороту алкогольной продукции является ее маркировка. Российское законодательство устанавливает два вида марок. В одном случае на бутылку наносится акцизная марка на алкоголь, а в другом федеральные специальные марки. За нарушение порядка маркировки при обороте ликероводочной продукции для организаций, осуществляющих розничную продажу алкоголя, установлена жесткая ответственность. Вся алкогольная продукция обязательно маркируется. Акцизная марка подтверждает подлинность изделия и легальность его продажи. Оплачивать сбор акциз обязаны производители, то есть предприятия, индивидуальные предприниматели, и те, кто перевозит такие товары через таможню.

Акцизная марка на алкоголь, непременно должна содержать такие сведения, как:

– Наименование продукции;

– Вид алкоголя и содержание в нем этилового спирта;

– Объем тары;

– Наименование и адрес производителя;

– Наименование и адрес импортера – в случае ввоза алкоголя на территорию Российской Федерации;

– Страна изготовления;

– Подтверждение соответствия обязательным требованиям качества и правомерности использования товарного знака [3].

Объектом исследования для данной статьи является ликероводочный завод ОАО «Алкон». Это предприятие выпускает настоящие чистые водки, натуральные настойки, наливки и бальзамы, и даже живую воду уже очень давно и весьма успешно. Каждый год это предприятие заготавливает более ста тонн натуральных ягод, трав и кореньев, после, из которых готовится более тридцати миллионов литров отменного русского алкоголя. По состоянию на сегодня на предприятии работает более 200 человек. ОАО «Алкон» имеет давние традиции производства.

Водку, наливки, настойки и бальзамы традиционно изготавливают только из натуральных ягод, листьев и других ингредиентов, умягченной подработанной воды и зернового спирта высшего класса или класса люкс. Также продукты выпускаются без использования искусственных красителей, ароматизаторов и сахара заменителей.

На ОАО «Алкон» используется современное оборудование производства Европы:

– «Krones» – немецкая фирма, которая выпускает полный список установок и машин, отвечающих за розлив и упаковку продукта. Также у этой фирмы есть оборудование, предназначенное для системы наблюдения и

контроля, оборудование для чистки, мойки и пастеризации, и конвейерные системы.

– «Fructonad» – эта фирма выпускает оборудование для виноделия, холодильные аппараты, это оборудование для переработки плодов, овощей и ягод. Также данной компанией производятся конвейерные системы и емкости, обладающие разной вместительностью.

– «Simonazzi» – итальянская компания, выпускающая оборудование для розлива напитков. Эта фирма выпускает достаточно широкий спектр оборудования: компрессор высокого давления, накопитель пустых бутылок, поточный пастеризатор, блок ополаскивания, налива и укупорки, этикетировочная машина и др.

Работники лаборатории «Алкон» – являются незаменимым механизмом в работе завода. Именно они каждый день контролируют качество всего, что придумывается, заготавливается и выпускается данным предприятием.

На предприятии перерабатывается большое количество различных ягод (клюква, брусника, черника, красная рябина, рябина черноплодная, вишня, малина и черная смородина). Ягоды местные, выращенные и собранные в Новгородской области. Ягоды отбирают, сортируют, моют, сушат, томят, вымачивают, отжимают и пропаривают. Основная цель такой тщательной подготовки ягод – производство морсов, на основе которых, согласно рецептуре готовятся настойки, наливки и бальзамы. Ежегодно сотрудники предприятия отправляются в леса Новгородской области для сбора трав и ягод. На предприятии травы сушатся, хранятся и затем из них приготавливают полуфабрикаты. Также предприятие закупает правые ягоды от населения Новгородской области и близ лежащих регионов.

На ОАО «Алкон» очень широкий ассортимент выпускаемой продукции:

– Горькие настойки «Новгородская юбилейная», «Садко» и «Садко медовая с перцем»;

– Полусладкая настойка «Чародейка»;

– Сладкие настойки «Клюквенная», «Любава брусничная», «Любава клюквенная», «Любава малиновая», «Любава рябиновая», «Марфа Посадница», «Новгородочка», «Рябиновая на коньяке», «Ярославна» [4].

Целью посещения предприятия Великого Новгорода по производству ягодных настоек ОАО «Алкон» будет являться получение всех необходимых знаний о технологическом производстве настоек из трав и ягод, а также знаний подробного функционирования технологической линии.

Ликероводочными изделиями называют алкогольные напитки, с содержанием спирта 12-45%, изготовленные посредством перемешивания сырья (морсов, спиртов, сахарного сиропа и экстрактов растительного сырья), с этиловым ректификационным спиртом и предварительно очищенной подготовленной водой. К ликероводочным изделиям относится такая продукция, как: настойки, наливки и др.

Плодово-ягодные настойки – это спиртосодержащий напиток, выпускаемый крепостью 30-60%, обладающий сладким и горьким вкусом. Плодово-ягодные настойки с крепостью 25-29% называют слобоградусными.

Технологический процесс производства плодово-ягодных настоек следующий: на спирту настаивается плодово-ягодное сырье, при этом все запахи, вкусы и эфирные масла переходят в алкоголь. Сырьем являются различные ягоды, лекарственные и ароматические травы, цветы, корки цитрусовых плодов.

Сырье предварительно готовят и из него получают полуфабрикаты: спиртованные соки, морсы, настои и ароматные спирты.

Спиртовой сок – законсервированный этиловым спиртом высшей очистки сок плодов и ягод, до крепости 25%.

Спиртованный морс – настой свежих или подсушенных плодов или ягод с водно-спиртовым раствором крепостью 40-45%.

Спиртованные настои – это водно-спиртовые вытяжки, получаемые из эфиромасличного или неароматного сырья.

Ароматные спирты производят методом перегонки пряных растений, залитых водно-спиртовым раствором крепостью 50-60%.

Основными технологическими этапами изготовления слабоградусной ликероводочной продукции являются:

- Предварительное подготвление сырья и полуфабрикатов;
- Купажирование;
- Фильтрация;
- Выдержка и стабилизация;
- Розлив напитков.

Технология производства включает в себя систему оборудования для производства полуфабрикатов - машины для производства спиртовых соков (аппараты для мойки плодов, ягод и трав, дробильное оборудование, аппараты для прессования предварительно измельченного сырья). Оборудование для экстракции применяется для производства спиртованных настоек и морсов.

Перегонное оборудование – для производства ароматных спиртов, также используется для получения сахарного сиропа и колера. Также на предприятии находится оборудование для купажирования напитков и оборудование для фильтрования. Цех розлива включает в себя машины для мойки бутылок, фасовочное оборудование, инспекционное оборудование и этикетировчное.

Для получения ароматного спирта травы предварительно измельчаются в корне дробильной и траворезательной машине. Измельченное сырье переходит в экстракционное оборудование, где оно погружается в водно-спиртовой раствор. Для ускорения технологического процесса экстрагирования водно-спиртовой раствор несколько раз перекачивают через слои измельченного сырья под давлением. В процессе этого получается настой, который впоследствии перепускается в оборудование для перегонки.

В итоге получаем ароматный спирт крепостью 60-80 %. Далее ароматный спирт охлаждается и направляется в емкости для хранения.

Изготовление сахарного сиропа осуществляется в сиропо-варочном котле. По готовности сахарный сироп проходит технологический этап фильтрации и под давлением, через охладитель перекачивается в емкости для хранения.

Спиртованные морсы изготавливаются из сушеных плодов или ягод, предварительно подготовленных. Для этого сушеные плоды или ягоды измельчаются в дробильной машине, далее они поступают в настойный аппарат, в котором настаиваются в водно-спиртовом растворе в течение более десяти сток до крепости 40-50%, при периодическом перемешивании методом циркуляции. Готовый спиртованный морс насосом перепускается в сборник для хранения. Осадок из настойного аппарата забирается для прессования, далее его погружают в выпарной аппарат, где из него извлекается спирт.

Спиртованные соки готовят в цехе по производству морсов. Где они впоследствии и хранятся в специальных резервуарах. При необходимости использования спиртовых соков на производстве, они фильтруются и направляются в специальные резервуары для фильтрованного сырья. В купажных аппаратах готовятся смеси из ароматных спиртов, соков, сиропа и воды. Спирт поступает туда в течение 1-3 суток, выдерживается для получения лучшего вкуса и аромата. Затем смесь поступает на фильтрацию. А затем в цех розлива на разливочные автоматы.

Для лучшего качества ликероводочных изделий их выдерживают в отдельных аппаратах при небольшой температуре, в течение периода от одного месяца до полугода. Для некоторых видов продукции – до нескольких лет.

Таким образом, посещение предприятия Великого Новгорода по производству плодово-ягодных настоек ОАО «Алкон» поможет получить новые знания о производстве алкоголь содержащей плодово-ягодной продукции, и о функционировании технологического производства. Считаю, что для молодых людей следует проводить больше ознакомительных экскурсий такого рода, так как они могут помочь кому-то определится со своей будущей профессией.

Литература.

1. Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm (дата обращения 15.03.2020).

2. **Бочаров В. А., Клюева Ю. С.** Сравнительная характеристика вариантов подготовки сырья из вишни в целях повышения качества сладкой настойки / Бочаров В. А., Клюева Ю. С., Строилов А. Ю. // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2015. – №1. – С. 31. (дата обращения 15.03.2020).

3. Акцизная марка на алкоголь и федеральные специальные марки [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://alcoretail.ru/aktsiznaya-marka-na-alkogol-i-federalnye-spetsialnye-marki.html (дата обращения 02.04.2020).

4. «Алкон – ликероводочный завод» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.alkon.su/ (дата обращения 15.03.2020).

Ефимова Т.М. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ПРЕДПРИЯТИЕ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ МОЛОКА КАК ЦЕЛЬ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ВИЗИТОВ

Аннотация. В Новгородской области одним из крупных молочных предприятий является АО «Лактис». Его главная особенность – отборное молоко, которое успешно перерабатывается в готовый качественный продукт. На всех этапах производства лаборатория ведёт строгий контроль, что позволяет сохранять качество продукции неизменным.

Ключевые слова. АО «Лактис», качество, молоко, производство.

С недавнего времени в туристических направлениях появляются новые туристические услуги. Примером такой услуги стала возможность посещения туристами современных действующих пищевых предприятий. Одной из немногих таких услуг стала организация туристических экскурсий на передовые действующие производства.

Можно утверждать, что для некоторых туристов уже недостаточно пляжных экскурсионных туров. Им стали интересны места, в которых можно совместить посещение с обзором, но и с познаванием чего-то нового. Такие туристы очень заинтересованы в посещении предприятий по производству продуктов питания. Во время таких экскурсий людям совершенно обычные вещи открываются с других сторон. Туристам достаточно доступно объясняется, как работает то или иное предприятие, и осуществляются все процессы производства. Особенно популярен данный вид туризма для путешественников с детьми. В таких посещениях маленьким экскурсантам очень любопытно и можно разглядеть, как готовят их любимые сладости.

Проведение производственных экскурсий служит популяризацией производств, заинтересованных в рекламе и увеличении реализации своей выпускаемой продукции [1].

Невозможно представить жизнь большинства людей без молока, кефира, творога, масла, ряженки и др. Большинство продукции из молока составляет годовой рацион среднестатистического человека. Велика важность продукции из молока для детского возраста, ведь в молоке и его производных находится самый совершенный баланс питательных веществ.

Спецификой молочной промышленности является то, что ряд ее продуктов относятся к товарам первой необходимости, ориентированным на широкого потребителя [2].

Высокотехнологичные предприятия производят переработку молочного сырья, осуществляют выпуск большого ассортимента продуктов питания, используя при этом современное новейшее оборудование: нагревательное и охладительное оборудование, оборудование, разделяющее на фракции, аппараты для выпаривания, сыроизготовители, оборудование по розливу и фасовке в различные виды тары [3].

На стыке Новгородской и Ленинградской областей расположено одно из самых крупных производств по переработке молока и выпуску молочной и кисломолочной продукции – агропромышленный холдинг «Лактика». Это производство отличается надежной репутацией для предприятий-партнёров, является заводом-изготовителем, выпускающим продукцию отличного качества.

На данный момент АО «Лактис» г. Великий Новгород включен в Агропромышленный холдинг «Лактика». В этом холдинге находятся несколько предприятий по производству и переработке, логистическая фирма, фирмы, работающие в сфере сельского хозяйства и торговые сети. Коллектив холдинга включает в себя более чем тысячу квалифицированных сотрудников.

Регион поступления сырья на предприятие чрезвычайно очень обширен, состоит из Новгородской и Ленинградской, Псковской, Вологодской и других областей.

Предприятие АО «Лактис» имеет в своем арсенале новейшее контрольно-измерительное оборудование, расположенное в трех контрольных производственно-испытательных лабораториях. Поступающее сырье на заводе оценивается по требуемым показателям качества, включая физико-химические и микробиологические. Так же на предприятии используются системы обнаружения фальсификатов.

На заводе новейшая производственно-испытательная лаборатория, где все привозное сырье изучается.

Предприятие использует исключительно натуральное молоко, не использует липиды растительного происхождения, генно-модифицированные продукты.

Соприкосновение продукта с воздухом цеховых помещений исключено. Выработка продукции осуществляется на новейшем эксклюзивном оборудовании компании производителей из Европы и России, цикл производства является закрытым, исключающем соприкосновение продукта с окружающей средой, что обеспечивает полную безопасность продукта. Высокий уровень технологии и соблюдение безопасных правил, способствует получению длительных сроков продукции, с обеспечением выпуска качественной продукции.

Заводской комплекс АО «Лактис» отвечает всем нормативам по международным стандартам. Проверка осуществляется на каждом из технологических этапов выпуска молока и кисломолочной продукции, отвечает за это служба качества. Тенденции развития направления контроля качества помогают полностью удовлетворять увеличивающиеся потребности торговых сетей и покупателей

Ассортимент разнообразен и включает в себя больше ста двадцати позиций. Одними из самых известных брендов от АО «Лактис» являются «Снежок», «Lactica», «Восторг». Предприятие имеет многочисленные награды, полученные на выставках в России и зарубежом.

Продажи молочных и кисломолочных продуктов от АО «Лактис» осуществляются во многих городах и регионах Российской Федерации. Предприятие взаимодействует с ведущими российскими компаниями, занимающимися розничной торговлей. Компания АО «Лактис» выпускает не только собственные бренды, но и производит продукцию под частными марками ведущих торговых сетей [4].

Среди ассортимента продукции АО «Лактис» особым спросом следующая продукция: сметана, творог, скир и другие кисломолочные продукты: творог, сметана, ряженка [5].

Компания АО «Лактис» осуществляет выработку кефира особым технологическим приемом, резервуарным. Для выработки кефира используются культуры: Lactococcus lactis subsp., Lactococcus lactis subsp.cremoris, Leuconostoc mesenteroides subsp. cremoris. Полученный продукт содержит живые молочнокислые микроорганизмы (Lactobacillus) – пробиотики, благотворно влияющие на пищеварительный тракти иммунитет организма.

Продукция, полученная методом сквашивания, оценивается по следующим показателям: внешний вид и консистенция должна быть однородная, с нарушенным или ненарушенным сгустком, допускается газообразование вызванное действием кефирных грибков, вкус и запах должны быть чистые кисломолочные, без посторонних привкусов и запахов; цвет молочно-белый, распределенный равномерно.

Приготовление сквашенной продукции происходит согласно утвержденной технологии:

– определение качественных показателей на входе;
– количественный прием;
– охлаждение;
– нормализация молока по жиру;
– бактофугирование;
– нагрев до температуры пастеризации и выдержка;
– деаэрация;
– гомогенизация;
– охлаждение молока;
– приготовление культуры грибковой закваски;

– заквашивание культурой и сквашивание;

– розлив кефира, затаривание, маркирование [6].

Молоко обязательно должно соответствовать показателям, включающим в себя консистенцию, вкус, запах и цвет. Цвет молока – от белого до светло-кремового. Вкус чистый, без посторонних запахов и привкусов. Однородная жидкость без осадка и хлопьев. Физико-химические показатели молока приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Физико-химическая характеристика молока [7].

Наименование показателя	**Значение показателя**
Массовая доля жира, % не менее	2,8
Массовая доля белка, % не менее	2,8
Кислотность, °Т	От 16,0 до 21,0 включ.
Массовая доля СОМО, % не менее	8,2
Группа чистоты, не ниже	II
Плотность, кг/$м^3$, не менее	1027,0
Температура замерзания, ºС, не выше (минус)	0,520
Содержание соматических клеток в 1 $см^3$, не более	$1{,}0*10^5$

Таблица 2 – Физико-химические показатели кефира [8]

Наименование показателя	**Характеристика**
Массовая доля белка, %, не менее	3,0
СОМО, %, не менее	7,8
Кислотность, ºС	От 85 до 130 включительно
Фосфатаза или пероксидаза	Не допускается
Температура продукта при выпуске с предприятия, ºС	4±2

Весь выпуск продукции строго контролируется производственной лабораторией. Предприятие АО «Лактис» руководствуется принципами системы менеджмента по безопасности продукции НАССР (ХАССП). Из-за этого на каждом этапе выпуска продукции определены критические контрольные точки (ккт), постоянно контролируются сотрудниками контрольно-испытательной лабораторией АО Лактис. Продукты контролируется, по показателям качества начиная с этапа приема молока и заканчивая выпуском готовой продукции. Проверке подвергаются и

дополнительные компоненты: сырьевая тара из-под сырья и аппараты, резервуары и емкости, на которых осуществляется технологический процесс. Проводятся отборы проб на БГКП, КМАФАнМ, плесневые грибы, проверяются смывы с рук и сменной одежды у рабочих, отбор проб воздуха в цехах по выпуску продукции.

Таблица 3 – Микробиологические показатели кефира [8]

№ п/п	Наименование показателей	Значение показателя для продукта
1	БГКП (колиформы) в 0,1 г продукта	Не допускается
2	Патогенные, в том числе сальмонеллы, в 25 г продукта	Не допускается
3	В 1 г продукта	Не допускается
4	Дрожжи на конец срока годности, КОЕ/см^3 (г), не менее	$1*10^4$
5	Количество молочнокислых микроорганизмов, КОЕ/см^3 (г), не менее	$1*10^7$
6	Плесени, КОЕ/см^3 (г), не более	50

На заводе-изготовителе качество выпускаемой продукции контролируется, начиная с сырья. Все сырье сеется микробиологами на питательные среды для определения КМАФАнМ. Сырье проверяется на отсутствие антибиотических веществ, содержание липидов, белковых веществ, pH и прочих показателей. Молоко, подвергнутое нагреванию до температуры пастеризации, оценивается на вкус, цвет и запах, сеется микробиологами на БГКП, КМАФАнМ.

Обязательно изучается качество грибковой закваски – на БГКП, плесень, дрожжи, молочно-кислые микроорганизмы, кислотность, микроскопический препарат. После сквашивания проверяется кефир из резервуара до технологического этапа розлива в тару, так же сеется инженером-микробиологом на питательную среду на БГКП, плесневые грибы и Saccharomyces cerevisiae, оцениваются по органолептическим показателям.

На всех этапах производства контролируется температура и нарастание кислотности. На этапе розлива контролируются: содержание жира, белка и СОМО, вкус, цвет и запах, кислотность, БГКП, Aspergillus niger, Saccharomyces cerevisiae, количество бифидобактерий и молочнокислых бактерий (согласно норматива), микроскопический препарат (согласно нормативам). Оценивается точность маркирования, герметичность запайки, укладка.

Готовый произведенный продукт контролируется согласно нормативным показателям, проверяется кислотность, температура, точность маркирования и герметичность тары [4].

АО «Лактис» непрерывно развивается - расширяется ассортимент, совершенствуется системы и методики анализа выпускаемой продукции, обновляется оборудование.

В результате проведенного исследования было выявлено, что производство АО «Лактис» всегда открыто для проведения экскурсий, чтобы потребитель имел полное представление о процессах производства продукции и был уверен в его качестве. Таким образом, данное предприятие по переработке молока, как цель для туристических визитов, идеально подходит для внесения его в список объектов для промышленного туризма.

Литература.

1. Промышленный туризм [Электронный ресурс]/ - электрон.текстовые дан. – Все о туризме. Туристическая библиотека, 2002-2020. Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm

2. Молочная промышленность [Электронный ресурс]/ - электрон.текстовые дан. – Fabricators.ru, 2020. Режим доступа: https://fabricators.ru/article/molochnaya-promyshlennost

3. Молочная промышленность [Электронный ресурс]/ - электрон.текстовые дан. – Словари онлайн, 2010-2020. Режим доступа: https://bse.slovaronline.com/21808-MOLOCHNAYA_PROMYSHLENNOST

4. АО «Лактис» [Электронный ресурс]/ - электрон.текстовые дан. – Агентство развития Новгородской области, 2019. Режим доступа: https://novgorodinvest.ru/success/ao-laktis.php

5. **Чалова А.И.** Тенденции и динамика развития национального рынка молочной продукции // Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России. Коллективная монография. / Южный федеральный университет. - Ростов н/Д.: Изд-во «АкадемЛит». 2010.

6. **Калинина** Л.В. Технология цельномолочных продуктов: учебное пособие / Л. В. Краснова, В.И. Ганина, Н.И. Дунченко. – СПб. : ГИОРД, 2008. – 248 с.

7. ГОСТ 31449-2013.Молоко коровье сырое. Технические условия

8. ГОСТ 31454-2012 Кефир. Технические условия.

Жмуйдин М.В. студент ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

ЭКОНОМИКА МАЙНИНГОВОЙ ФЕРМЫ

Аннотация. В данной статье представлено описание майнинга, как вида предпринимательства, проведены расчеты средств, необходимых для запуска данного бизнеса, так же оценены возможные риски.

Ключевые слова: IT-технологии, майнинг, криптовалюта, цифровизация.

В начале зарождения данного вида деятельности к майнингу относились скептически, кто-то считал это мыльным пузырем или финансовой пирамидой, бесполезной тратой денег и развлечением для школьников. В 2018 году курс биткоина стабилизировался, и все больше людей стали обращать внимание на майнинг и рассматривать его как вид заработка.

Майнинг – это такой же бизнес, как и открытие магазина или компании по предоставлению услуг. Серьезные вложения требуют грамотного расчета, настройки оборудования и базовых знаний в области криптовалюты.

Что такое майнинговая ферма, как она функционирует и из чего складывается доход?

На эти вопросы я постараюсь найти ответы и предоставить итоги своих суждений в данной статье.

Для начала разберемся, что такое майниг и ферма: майнинг – это добыча криптовалюты, а ферма – сеть нескольких компьютеров, соединенных в один для ускоренной работы и получения дохода. Основной компонент, который участвует в процессе, видеокарта, поэтому при сборке собственной фермы к одной материнской плате подключается 8-16 видеокарт.

Принцип работы следующий:

- установка специального программного обеспечения;
- регистрация в специальной системе;
- закупка и настройка оборудования;
- запуск майнинга.

Но откуда же берутся сами деньги?

После настройки системы и запуска процесса компьютер направляет все свои мощности на серверы, выполняя очень сложные математические вычисления. Каждую секунду огромное количество информации обрабатывается сразу несколькими пользователями. Как только задача решена, майнеры начисляют вознаграждение в криптовалюте на свой внутренний счет.

Скорость вычислений и получение средств зависят от мощности компьютера и количества пользователей в сети. Стоит отметить, что с каждым годом сложность расчета увеличивается из-за растущего числа пользователей. Но, технологии не стоят на месте, поэтому, если пару лет назад некоторые видеокарты считались самыми первоклассными, сегодня никто не использует их из-за устаревания.

Процесс майнинга полностью автоматический - просто настройте систему и периодически проверяйте ее производительность. Так как компьютер работает круглосуточно, требуется обязательный мониторинг. Элементарная перезагрузка программного обеспечения потребует запуска системы. Если рядом нет человека, то время и деньги будут потеряны.

Завершающим этапом является вывод средств. Как только на внутреннем счете накоплена необходимая сумма для вывода средств, ее можно получить на свой криптовалютный кошелек и вывести на банковский счет.

Расположение фермы.

В зависимости от масштабов фермы, которые напрямую влияют на потенциальный доход необходимо задуматься о поиске подходящего помещения для дислокации компьютеров.

Потребуется отдельное помещение для майнинг фермы, потому что конструкция из 6-8 видеокарт издает шум и излучает огромное количество тепла и вредного излучения. Находиться в маленькой комнате с компьютерами длительное время для добычи криптовалюты, достаточно некомфортно.

Если планируется одна ферма на 6-8 карт, то вполне подойдут домашние условия:

1. Пустующая комната в квартире.
2. Застекленный балкон.
3. Сарай или подсобное помещение.
4. Дача.
5. Пустующий частный дом.

Если ни один из вариантов не подходит, то лучше всего арендовать помещение в промышленной зоне, например, гараж, так как в России данная деятельность не регламентируется, то собственник помещения может донести в полицию за занятия незаконной предпринимательской деятельностью.

Основные требования к помещению:

1) Электропитание – без него невозможно включить компьютер, но стоит обратить внимание на состояние кабелей. Он не должен иметь дефектов и открытых участков, а также должен выдерживать напряжение всей системы.

2) Интернет – является обязательным условием, так как соединение с сервером не может быть установлено без связи. Никаких высоких скоростей не требуется для майнинга. Поэтому, если нет оптоволокна, 3G-4G модем сможет выполнить эту работу.

3) Вентиляция – так как во дворе выделяется много тепла, помещение должно быть хорошо и регулярно вентилироваться. Это относится, в частности, к летнему периоду.

Финансовые вложения.

Размер вложений напрямую зависит от масштаба майнинг фермы и стоимости комплектующих. Ниже представлены расчеты на основе шести видеокарт, расположенных в условиях квартиры.

- видеокарты – Radeon RX 580 6 шт. по 24 000 руб. каждая (144 000 руб.);
- материнская плата – 5 000 руб.;

- процессор – 1 700 руб.;
- оперативная память – 1 500 руб.;
- жесткий диск – 500 руб.;
- блок питания – 2 шт. по 750 Вт (7 000 руб.);
- система охлаждения – 1 700 руб.;
- процессор – 1 500 руб.;
- монитор – 1 000 руб.

Итого: 163900 руб.

По опыту других майнеров так же можно узнать затраты на электроэнергию.

За месяц круглосуточной работы подобной фермы приходит счет на 3500-4000 рублей

Доход.

За один день одна видеокарта Radeon RX 580 может намайнить при нынешнем курсе биткоина (~6500$) примерно на 2 доллара, что в переводе на рубли будет около 160 руб. Так как наша ферма состоит из шести данных видеокарт, получаем дневную выручку в размере 960 рублей, соответственно 28800 рублей месяц. За вычетом затрат на электроэнергию можем высчитать доход 24000-25000.

Однако следует учитывать, что видеокарты при таком жестком режиме работы придут в негодность уже после 1-1,2 года. Затраты на оборудование полностью окупаются через 6,5 месяцев. Следовательно, спустя год, остается после закупки расходных видеокарт 170000 рублей заработка. Нетрудно сосчитать, что у майнера на руках остается чистая сумма равная чуть более чем 14000 рублей.

Если вы располагаете временем и желанием заниматься добычей криптовалюты, то данный бизнес можно начинать, однако доход, при минимальных затратах не будет достаточно высоким. Так же стоит взять во внимание, что данная деятельность не регламентируется законами в нашей стране, и связана с финансовыми рисками. Ведь никто не может предугадать, как поведет себя рынок криптовалют в ближайшее время. В зависимости от курса криптовалюты, которую, добывает майнер напрямую, зависит его доход. И в какой-то степени, даже в наше время, можно сравнить эту деятельность с лотереей. Спрос на криптовалюту может резко возрастать, а может резко падать, влияя на ее конечную стоимость.

Соответственно, в этом деле у предпринимателя гораздо больше шанс обанкротиться, так как продать изношенные видеокарты окажется практически невозможно.

Однако может произойти обратная ситуация, когда курс криптовалюты возрастает в десятки, а то и сотни раз, и майнер средней руки, успев продать по выгодной цене имеющуюся у него крипту, способен очень хорошо разбогатеть.

Литература.

1. https://whattomine.com/. – сервис для расчёта прибыльности майнинга.
2. https://cripto24.ru/ - информационный сервис по теме криптовалют.
3. https://cryptonisation.ru/ - обзор на популярные криптобиржи.
4. https://forum.mining-help.ru/ - форум российских майнеров.
5. http://profinvestment.com/ - брокер криптовалют.

Ибрагимова В. А. студентка ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Омаров М. М.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В США

Аннотация. В данной статье рассматривается цифровая экономика в США, определяются ее ключевые факторы и перспективы развития. Также рассматривается роль крупных и сверхбольших интернет-платформ – новой движущей силы цифровой экономики. На основе анализа истории развития цифровизации в США сделан вывод о способствовании рыночных факторов к ее успеху, отмечая при этом значимость технологических особенностей в формировании рынков и тенденций.

Ключевые слова: цифровизация, США, цифровая экономика, информационно-коммуникационные технологии, цифровая трансформация, интернет-платформы.

Цифровая экономика – деятельность, направленная на разработку, применение и распространение цифровых технологий, а также связанных с ними продукции и услуг [7].

Цифровая экономика предоставляет возможность и необходимость того, чтобы организации применяли технологии для осуществления задач эффективнее и более быстро, вместе с тем цифровая экономика дает возможность реализовать то, что сначала не было возможным реализовать.

Освоение цифровой экономики предполагает:

– создание концептуального понятия цифровизации;

– выделение товаров и услуг цифровой экономики в пределах объема их реализации (они должны относиться к изучению понятия цифровой экономики, которое создается на первом этапе);

– освоение реализации данного продукта (применение разработок для определения отраслей, создающие данную продукцию, а также оценивание всех переменных, связанных с этой деятельностью: добавленной стоимости, уровня занятости, компенсаций и т.д.).

Концепция цифровой экономики различных общественных сфер в целом понятна. Этот процесс является фундаментом для нового витка «технологического» соревнования, наградой которого являются

геоэкономическое, а также геополитическое лидерство. Более того это может быть шансом и развитых стран, и для развивающихся стран, усовершенствовать свое внутреннее социально-экономическое положение. Вследствие этого все больше стран приступило к намеренному регулированию и стимулированию развития цифровых технологий для того чтобы получить больше позитивных эффектов и минимизировать отрицательные исходы цифровой трансформации. Поэтому данная тема является актуальной. Одним из лидеров в цифровизации является США. Именно рассмотрение развития цифровой экономики в стране, лидирующей среди других стран, является еще более значительным.

Объектом исследования выступает цифровая экономика США. В основе исследования лежит анализ статистических данных, аналитической и научной литературы, и формулировка выводов по результатам исследования.

История. США – одна из стран, положивших начало развития ИКТ (информационно-коммуникационные технологии). Компания, IBM – которая, входит в число авторитетных лидеров в данной сфере – была основана еще в 1924 году. Кремниевая долина – место, где концентрируются американские высокотехнологичные компании (в информационно-коммуникационной области) – начала развиваться с 1960-х годов. Пусть и первая высокотехнологичная компания (Hewlett-Packard) возникла там, в 1939 году. Частный бизнес начал работать в данной сфере преимущественно активно – используя в роли базовых государственные структуры и пользуясь поддержкой от государственных органов – со второй половины 1960-х годов. Как раз тогда появляются современные «гиганты» ИКТ-индустрии: Intel – в 1968 году, Microsoft – в 1975 году, Apple – в 1976 году, Oracle – в 1977 году. Развитие ИКТ в стране происходило параллельно и в рамках инновационного процесса в целом.

Закон Стивенсона – Уайдлера «О технологической инновации», который приняли в 1980 году, потребовал каждой федеральной лаборатории создать офис, для того чтобы выявить коммерчески ценные технологии, а также их последующего трансфера частному сектору. В этом же году приняли закон Бэя – Доула, который журнал Economist назвал самым удачным во второй половине 20 века, а Wall Street Journal отнес в тройку самых эффективных способов по развитию инноваций. Данный закон предоставлял вузам возможность зарабатывать на результатах своих исследований. Ко всему прочему в 1980-е годы начались различные программы стимулирования инноваций: Small Business Investment Company-reformed, Manufacturing Extension Part-nership, Small Business Innovation Research, Small Business Technology Transfer. Были приняты налоговые льготы на опытно-конструкторские и научно-исследовательские разработки. Появилось большое количество новых совместных исследовательских предприятий и научно-технологических центров благодаря грантам [5].

В 1990-е годы (после распада СССР) США стал мировым лидером и не сталкивался с проблемами, связанные с конкурентоспособностью. В стране

распространялось активное развитие IT-отрасли, появлялись новые успешные компании: Amazon.com – в 1994 году, Google – в 1996 году, Facebook в 2004 году, Uber в 2009 году. При этом обозначилось отставание (по темпам развития) традиционных отраслей. В последние два десятилетия шел процесс деиндустриализации американской экономики. Если в 1997 году благодаря обрабатывающей промышленности образовалось 17% ВВП, то в 2013 году уже 12% [4]. Нестабильность компаний IT-отрасли и финансовый упадок, а также уменьшение конкурентоспособности американских продуктов на мировых рынках (вследствие более быстрых темпов развития других стран, включая сферу ИКТ) послужили поводом задуматься о позитивности развивающихся процессов. Более того Китай по многим положениям равняется с США.

Президентами Б. Клинтоном и Дж. Бушем-младшим был одобрен ряд инициатив по включению достижений ИКТ в другие сферы деятельности, в том числе и облегчение настраивания подключения к Интернету, трансформирование государственных услуг в формат «электронного правительства» и освобождение радиочастот для беспроводной широкополосной связи. Произошла активизация деятельности Консультативного совета по науке и технологии при Президенте (PCAST), который готовит отчеты и политические предложения в области науки, инноваций и технологии для администрации.

Б. Обама особенно высоко оценивал значение развития ИКТ. За сроки его президентства были приняты закон «Revitalize American manufacturing and innovation act of 2013» о возрождении американской обрабатывающей промышленности и инновациях, а также национальная программа «Manufacturing USA». Внедрение ИКТ затрагивается первым делом подпрограммой «National network for manufacturing innovation» (NNMI - национальная сеть инноваций в области производственных технологий). Основная ее идея заключается в создании в стране сетей из 15 исследовательских институтов, которых призвали подготовить разработки, а также коммерциализировать промышленные технологии путем сотрудничества между индустриальными компаниями, федеральными правительственными агентствами и университетами. Программа ссылается на пример Общества Фраунгофера, которое существует в Германии с 1949 года [5]. На финансирование программы в период до 2022 года из федерального бюджета предполагается выделить около 1 млрд. долл. [4].

В 2014 году началась национальная программа реформирования системы подготовки специалистов по математическим, инженерно-техническим, естественнонаучным и направлениям (STEM). Исполнители программы – Национальный научный фонд (высшее образование и аспирантура), Министерство образования США (школьное образование) и Смитсоновский институт (другие формы подготовки специалистов) [4].

Состояние. США находится на лидирующих позициях в традиционных отраслях ИКТ, на глобальных рынках электротехники, программного

обеспечения, и телекоммуникаций, продолжают оставаться крупнейшими и их национальные рынки товаров и услуг ИКТ. Похожая ситуация наблюдается и в области важнейших технологических разработок в цифровизации, от искусственного интеллекта до блокчейн-решений, и в сфере инновационного развития [12].

Мировое лидерство США наблюдается также на новых емких интернет-рынках шеринга, цифровых финансовых технологий (так называемый финтех), облачных вычислений, поисковых сервисов и социальных сетей [13].

Обстоятельство в значительной степени обусловлено ведущей ролью небольшого числа крупных американских корпораций, в особенности так называемых платформ. Тут под платформами надо понимать онлайн-ресурсы и следующие за ними компании (публичные или де-юре являющиеся стартапами), которые предоставляют различные виды интернет-услуг [8].

Исследования 2016-2018 годов выявили, что компании США занимают более 70-80 % крупнейших мировых платформ (стоимостью от 100 млн. долл. и свыше 1 млрд. долл.), а их доля в совокупной капитализации/стоимости этих платформ часто меняется на уровне около 90 % [10].

Для США формирование цифровизации и ассоциированных рынков характеризовалось органичным и, в какой-то степени, эволюционным характером. Преимущественно, многие американские платформы и иные цифровые компании развивают методы, которые возникли еще в период интернет-революции 1990-х годов. И в этом смысле высокие значения «цифрового» развития США – страны-пионера новых технологий – понятны [10].

Немаловажным для успеха являлось то, что новые технологии и решения часто соблюдают давно сложившиеся рыночные тенденции и/или даже оказывают услуги конкретным, уже существующим рынкам, исполняя традиционные услуги на существенно новой технологической основе и с бизнес-моделями цифровой эпохи.

Уровень распространения Интернета в стране очень высок – около 88% населения приходятся его пользователями [3]. Но, по международным оценкам, США уже не находятся на лидирующей позиции в этой области. Так, ввиду Индекса развития Интернета 2017 года Международного союза электросвязи (ITU), страна располагается на 16 месте (хотя и Китай на 80-м) [11]. Вместе с тем крупнейшие транснациональные компании в сфере ИКТ носят американское происхождение.

В стране происходит осуществление принятых государственных программ. В 2012 году в качестве пилотного проекта был открыт Национальный институт инновационных аддитивных производств (Янгстаун, шт. Огайо). В 2014 году были осуществлены решения об образовании еще нескольких институтов по линии Министерства энергетики и Министерства обороны США, включая специализирующихся на производстве с

применением интеллектуальных средств, инновациях в цифровом проектировании и обработке, интегральной фотонике и т.д. [4]. В 2016 году сеть была сформирована из уже девяти институтов, и предполагалось открыть еще шесть [5].

Проблемы. По международным оценкам, уровень цифровой экономики государственных органов и уровень развития инфраструктуры, слабые относительно показателей цифровой экономики частного бизнеса и применения цифровых технологий населением страны [6]. Вместе с тем для США свойственно довольно существенное цифровое неравенство. В 2016 г. почти 10% населения страны, или 34 млн. человек, не обладали доступом к качественному Интернету. В частности плохо ситуация складывается в сельской местности, где доступом к Интернету не обладают 39% населения. Помимо этого, Интернет в США оценивается дорогим и сравнительно медленным. Х. Клинтон в своей предвыборной программе говорила, что к 2020 г. будут устранять в стране цифровое неравенство [3]. Но у нового президента США Д. Трампа, ставшего президентом в 2016 году, другие ценности и приоритеты.

Главные проблемы, которые сдерживают цифровую экономику в США, связаны с системными диспропорциями – недостатком федерального бюджета и уклонением от увеличения налоговой нагрузки на бизнес и население. Следовательно, государственные инновационные программы по масштабам финансирования несущественны. Помимо этого, увеличивается конкурентная борьба с Китаем в области ИКТ. Компьютерное оборудование и компьютеры, телефонное оборудование и оборудование для радио и связи - по их экспорту США уже передали первенство Китаю. Китай же сейчас стремится «перетянуть» к себе и производство полупроводников – третьего по значимости американского экспортного товара после самолетов и автомобилей [2].

Перспективы. В 2016 г. в США была принята программа «Digital Economy Agenda» («Повестка по цифровой экономике») [9]. В документе акцентируется, что увеличение конкурентоспособности и экономики Америки абсолютно обуславливается развитием цифровой экономики. Следовательно, рекомендуется полностью поспособствовать распространению Интернета и выявить его роль как глобальной платформы для общения, инноваций и торговли. В качестве приоритетов обозначено четыре направления: бесплатный и открытый Интернет; доступ и способности; доверие и безопасность в Интернете; инновации и новые технологии. Цель программы – оказание помощи и поддержки предприятиям США в успешном решении вопросов цифровой политики и проблем на иностранных цифровых рынках, а также в росте экспорта своей продукции вследсвтие глобальных каналов электронной коммерции.

Пришедший к власти в результате выборов 2016 г. Д. Трамп внес существенные изменения в американскую внутреннюю и внешнюю политику. Его «беззастенчивый» протекционизм приводит к обострению

отношений с торговыми партнерами. К примеру, большой эффект может содержать антидемпинговое расследование по вопросу китайского отношения к интеллектуальной собственности [1]. Развитие цифровизации внутри страны в такой ситуации уходит на второй план. А вот «экономические войны» на глобальном цифровом пространстве имеют возможность увеличиться. В любом случае поддерживать лидирующие позиции в сфере ИКТ сейчас США нелегко.

Цифровая экономика не может быть обособленной от институциональной среды и макроэкономических процессов. Другими словами, даже если она будет цифровой, она все так же продолжает быть экономикой.

Мы наблюдаем практически классическую дихотомию развития. В США увеличение цифровизации было из-за того, что США имеет накопленный компетенционный, институциональный и технологический потенциал и придерживается уже грядущим рыночным тенденциям, что и способствовало ее успеху.

Технологическая особенность, конечно, проявилась в параметрах развития цифровизации США. Это сыграло свою роль в возникновении новых решений и бизнес-моделей, а после появление и новых рынков, которые разработаны вследствие существенно новых возможностей цифровых технологий (хоть они и придерживались направлений оформленных трендов и/или удовлетворяли скрытый спрос).

Сейчас цифровая экономика США вступает в очередную стадию трансформации.

И все же США имеет мощную научную базу и инновационную инфраструктуру развития цифровизации. Активная торговая и инвестиционная экспансия, мощная финансовая база, научно-технологический потенциал крупнейших цифровых компаний США дают мало шансов для конкурентов.

Литература.

1. **Доннан Ш.** Повестка Трампа: Президент хочет, чтобы Америка отвернулась от торговли? // Иносми. ги. Экономика. - М., 2018. - 18.01. - Режим доступа: https://inosmi.ru/economic/20180118/241218536.html

2. **Кутовая Я.** Проводники технологий: Как Китай и Америка воюют за рынок микросхем // Forbes. Бизнес. Китай. – 2017. – 12.04. – Режим доступа: https://www.forbes.ru/kompanii/342361-provodniki-tehnologiy-kak-kitay-i-amerika-voyuyut-za-rynok-mikroshem

3. **Седов К. Х.** Клинтон обещала к 2020 г. устранить цифровое неравенство // Ведомости. Технологии. Телекоммуникации. – М., 2016. – 29.08. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2016/08/30/654924-klinton-tsifrovogo-neravenstva

4. **Семенова Е. А.** Новая индустриализация: Тенденции и перспективы // Проблемы национальной стратегии / РИСИ. М., 2015. – № 5(32). – С. 185-203.

5. **Сычев И.** Национальная инновационная система США // Geektimes. – 2017. – 26. 07. – Режим доступа: https://habr.com/ru/post/405577/

6. Цифровая Россия: Новая реальность / Аптекман А., Калабин В., Клинцов В. и др.; Digital McKinsey. – М., 2017. – 133 с. – Режим доступа: http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf

7. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение [Текст]: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др.; науч. ред. Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019.

8. An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation (2017), Paris: OECD Publishing: https://www.oecd.org/innovation/an-introduction-to-online-platforms-and-their-role-in-the-digital-transformation-53e5f593-en.htm

9. Davidson A. Digital Economy Agenda 2016 / Commerce Department USA. – Washington, 2016. - 5 p.

10. **Evans P.C., Gawer A.** (2016) The Rise of the Platform Enterprise // Global Survey. The Center for Global Enterprise // https://www.thecge.net/app/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf

11. ICT development index 2017 // ITU. ITU-data. – 2017. – Mode of access: https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/index.html

12. Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future (2019), Paris: OECD Publishing: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264311992-en/index.html?itemId=/content/publication/9789264311992-en

13. National Economic Performance Maintained within an Appropriate Range in 2018 with Main Development Goals Achieved (2019) // National Bureau of Statistics of China, January 21, 2019 // http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201901/t20190121_1645832.html

Калистратов Д.Н. студент ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Алексина И.С.

МАЙНИНГ: ТИПЫ И РИСКИ

АННОТАЦИЯ. Из данной статьи вы узнаете: что такое майнинг, какие бывают типы майнинга и какие риски связаны с добычей криптовалют.

Ключевые слова: майнинг, криптовалюта, ASIC, майнинг пулы, курсы криптовалют.

Майнинг – это слово для непосвящённого человека звучит загадочно. На деле же это способ, дающий возможность зарабатывать на криптовалютах. Причем многие начинающие майнеры, уверены, вложив деньги в данный бизнес, они при минимальном участии получат прибыль, при этом риски с активами незначительны. Однако они заблуждаются. Прежде чем решиться на занятие майнингом нужно отработать все возможные риски, ознакомиться со всеми «подводными камнями», которые вас ожидают при данном виде заработка.

Объектом исследования является майнинг. В основе исследования лежит изучение основных способов добычи криптовалют, а также анализ, связанных с этим рисков.

Для того, чтобы приступить заниматься майнингом, необходимо закупить специальное оборудование, поэтому с технической точки зрения (в зависимости от конфигурации и стоимости оборудования, подключенного к сети) различают следующие типы майнинга:

1. С помощью центрального процессора (CPU);
2. С помощью графических карт (GPU);
3. С помощью интегральных схем специального назначения (ASIC).

В первом типе майнинга задействован центральный процессор обычного ПК. Сейчас он устарел из-за низкой эффективности по сравнению с более современными подходами. Добыча с помощью CPU не приносит прибыли с 2010 года, когда ему на смену пришел майнинг с помощью видеокарт [5].

Майнинг с помощью GPU основан на вычислениях, выполняемых видеокартами. Он дает высокую скорость благодаря их способности проводить параллельные вычисления и решать несколько задач одновременно (это свойство очень ценно для майнинга).

Переход на добычу с помощью GPU стал настоящим прорывом по сравнению с CPU-майнингом. Видеокарта способна вычислять значительно больше хешей, чем центральный процессор. Кроме того, появилась возможность размещать четыре карты на одной материнской плате (позднее их число возросло до шести, а теоретический предел равен восьми), что позволило пользователям создавать относительно дешевые майнинг-фермы из видеокарт.

Еще один тип добычи основан на интегральных схемах специального назначения (ASIC). Они предназначены для выполнения только одной задачи (и ориентированы на добычу только одной валюты, чаще всего биткоинов) и не подходят для любительского использования. Однако ASIC гораздо эффективнее центрального процессора — разница в производительности устройств одного ценового уровня может достигать тысяч процентов.

Если раньше в майнинге использовались CPU видеокарты, то сейчас все значительно усложнилось, так как для майнинга криптовалюты нужны мощные вычислительные центры, которых многие майнеры не имеют.

Следовательно, одиночный майнинг уже не эффективен и рассматривать его как способ заработка не имеет никакого смысла. Поэтому в настоящее время майнинг можно разделить на три большие группы [2]:

1. Майнинг пулы.
2. Облачный майнинг.
3. Скрытый майнинг.

Перед тем, как заниматься добычей криптовалюты надо понять одно, что майнинг работает по принципу «кто не успел, тот опоздал». Награды случайно распределяются между теми, кто максимально быстро правильно подобрал цепочку символов. Однако трудности на этом не заканчиваются. Чем больше майнеров и чем больше производительность их систем, тем сложнее происходит процесс добычи новых блоков. Дело в том, что система устроена следующим образом – каждые 2016 блоков проводится проверка времени их добычи, и, если оно уменьшилось, то сложность каждого нового блока возрастает. Данный процесс работает и в обратное направление, если скорость добычи новых 2016 блоков меньше предыдущих, то сложность уменьшится. Но как правило такое не происходит, так как владельцы больших ферм постоянно наращивают свои вычислительные мощности, тем самым усложняя процесс добычи новых блоков, заставляя начинающих майнеров уходить с рынка.

Поэтому владельцы небольших ферм через специальные интернет-сервисы стали объединяться в так называемые майнинг пулы.

Суть майнинг пулов заключается в том, что его участники отдают свои вычислительные мощности единому серверу, сильно увеличивая общую вычислительную способность. В результате такой мощности хватило, чтобы добывать самые дорогие криптовалюты и составить конкуренцию крупным фермам, из-за чего им тоже пришлось объединяться.

По завершению процесса добычи одного блока и получения награды майнинг пул распределяет её между участниками в зависимости от доли их оборудования в общей мощности пула [4].

Подводя итоги, можно сказать, что благодаря пулам майнеры смогли быстрее добывать нужные им валюты и со стопроцентной вероятностью получать свою долю прибыли от общего вклада. Даже если доля очень мала – это гораздо лучше, чем добывать в одиночку: потратить уйму времени и не окупить даже стоимость электричества. Именно поэтому с самого своего появления майнинг пулы смогли завоевать наибольший интерес у майнеров разного уровня и до сих пор являются наиболее популярными и распространёнными среди других типов.

Как говорилось ранее, чтобы майнить самые прибыльные криптовалюты, сейчас уже недостаточно иметь хорошие видеокарты и процессоры, необходимо специализированное оборудование. Но что делать тем, кто не может позволить себе столь дорогое удовольствие. Предприимчивые бизнесмены предусмотрели этот поворот событий и создали новый сервис под названием облачный майнинг.

Его суть очень проста. Любой желающий может без каких-либо для себя трудностей связаться с понравившейся ему организацией, занимающейся облачным майнингом, и арендовать у них оборудование. То есть, потратив всего чуть больше 90$, можно начать реально зарабатывать. При этом вам совсем не нужно ни о чём беспокоиться, разве что о курсе добываемой криптовалюты. Однако вы всегда можете прервать сделку, если посчитаете её не выгодной.

Предприниматель в свою очередь, получив ваши деньги, покупает необходимое оборудование и приступает к добыче криптовалюты. В результате он получает постоянный доход от аренды, а также на фоне растущего курса криптовалют прибыль от добычи, часть которой отправляет вам. Таким образом, оба участника сделки остаются довольны.

Сервис получил очень большую востребованность, особенно в 2013 году во время нарастающего ажиотажа вокруг биткойна, так как позволял войти в бизнес с минимальными затратами, окупающимися за несколько месяцев.

Однако в последнее время данный вид перестал пользоваться спросом, так как выручка за вычетом аренды стала едва окупаться. Число арендаторов сократилось, поэтому сервисы облачного майнинга стали закрываться или объединяться в пулы.

Два предыдущих типа являются законными (в большинстве стран), но есть ещё один – скрытый майнинг. Данный тип приобрёл достаточно массовый характер, став новой нишей для хакеров и интернет-мошенников.

Чтобы обезопасить себя от их действий, нужно более детально познакомиться с процессом скрытого майнинга.

Для того, чтобы начать майнить криптовалюту, мошенники предварительно загружают вредоносный софт на ваше устройство, будь то смартфон или ПК. Обычно это происходит через интернет при переходе по незнакомым ссылкам или скачивании непроверенных файлов, но бывали и случаи заражения через электронные носители. Получив доступ, злоумышленники забирают вычислительные мощности устройства, в результате чего оно начинает работать с глюками и зависаниями, быстро перегреваться. Ваше устройство превращается в так называемую «мини ферму», работая на мошенников оно быстро изнашивает свой ресурс, приходя в негодность. Чтобы защититься от подобной ситуации достаточно безразборно не переходить по различным ссылкам, время от времени проверять устройство на наличие вирусов и следить за активностью процессов в системе.

В каждом бизнесе есть свои проблемы и сложности. И в майнинге в том числе. К серьезным рискам относятся поломка оборудования и перепады курсов валют. Попробуем более подробно рассмотреть основные риски майнинга.

Самый существенный – это поломка оборудования. Часто видеокарты выходят из строя, в том числе и на гарантии, которая дается на три года. При

этом если ремонт осуществлять по гарантии, то время ремонта может существенно затянуться, замену карты могут провести в течение месяца [3].

Серьезные проблемы возможны и при неправильном разгоне оборудования или если неверно организовано охлаждение системы. В этом случае страдают кулеры. При хешировании нагрузка на кулеры огромна, отсюда проблемы с системой охлаждения. Однако при поломке одной карты ферма продолжает работать.

Сложнее дела обстоят, когда сломался блок питания или материнская плата, так как при этом уже вся ферма не сможет функционировать, а это огромные финансовые потери.

И даже при самом благоприятном стечении обстоятельств – наличие в магазине блока и материнки, ремонт может продлиться до недели. При этом поломка блока питания может одновременно спровоцировать вывод из строя и других элементов рига, которые невозможно будет восстановить.

Следующая проблема – отсутствие стабильного подключения к интернету и электросетям.

Но в настоящее время проблема с интернетом не настолько критична, так как всегда есть возможность сменить провайдера. В данный момент конкуренция у поставщиков интернет сервисов достаточно высока, поэтому в любой момент можно подобрать нужный вам тариф.

Электросети тоже не доставляют серьезных рисков. Несмотря на то, что время от времени возможны перебои в работе электричества, связанные с обрывом проводов, проведением ремонтных либо плановых работ, но в целом их устранение не занимает слишком много времени. Поэтому неисправности с интернетом и электричеством могут отнять у майнера не более одного дня работы фермы.

Майнинг является процессом вычисления математических операций, выполняющемся на специализированном оборудовании (ASIC), видеокартах (GPU) или процессорах (CPU). Асики показывают самые высокие показатели рентабельности, которые делают добычу той же самой монеты на видеокартах неактуальной. Только в 2018 году вышли или были анонсированы асики для SiaCoin, Ethereum, ZCash, что является серьезным риском майнинга на видеокартах. Рано или поздно майнерам придется перенастраивать свои GPU-фермы, но в это же время огромное количество копателей будут заниматься тем же самым. Таким образом, вырастет хешрейт тех криптовалют, на которые они перейдут.

Для кого-то проблемой может оказаться размещение фермы. Небольшую ферму, состоящую из пары десятков ригов видеокарт, можно вполне установить дома. Из-за постоянной работы оборудование быстро нагревается, зато зимой вы точно не замёрзнете. Также весь процесс сопровождается назойливым шумом, который точно не даст заснуть. Асики являются источником еще большего шума. Летом для борьбы с тепловыделением приходится тратить огромные суммы на обеспечение качественной вентиляции, так как под действием высоких температур

оборудованию свойственно воспламеняться. Если ферма расположена в специально отведенном удаленном помещении, то необходима также организация защиты от воров.

Риск потери всего оборудования очень велик, и случаи кражи ферм случались неоднократно.

Ещё одной проблемой могут стать действия государственных органов и международных организаций, направленные на запрет или ограничение анонимного использования криптовалюты. Подобные решения могут ударить по репутации валюты и создать негативный имидж, уменьшив число желающих ее купить [1].

В любом бизнесе важна окупаемость, и майнинг этому не исключение. Весь процесс майнинга основан на покупке оборудования, покрытии его стоимости и последующем получении пассивной прибыли от создания блоков. Поэтому важно правильно оценить рентабельность инвестиций. Всегда существует риск покупки видеокарт по завышенной цене. Тоже самое и у асиков только в более существенных масштабах. В связи с тем, что асики являются более производительным оборудованием, цены на них могут меняться очень быстро. Например, стоимость заказа Bitmain Antminer S9 после его выпуска составляла порядка 800$, а через месяц уже достигла 1600$.

Ещё один риск в майнинге связан с тем, что в один момент ваше дорогостоящее оборудование может превратиться в бесполезный кусок пластика. Дело в том, что некоторым основателям криптовалют не нравится, что асики стали использоваться в добыче каждой валюты, это противоречит их замыслам. Процесс майнинга происходит быстрее, чем было задумано, из-за чего рынок может рухнуть. Опасаясь этого, они рассматривают вариант проведения форка криптовалюты, то есть полного изменения её исходного кода. Такой вариант позволит ограничить добычу с помощью высокопроизводительных устройств, многим майнерам придётся приобретать другие устройства либо перепрошивать старые, за счёт этого рынок успеет стабилизироваться.

Все вышеперечисленные риски носили преимущественно технический характер: ремонт оборудования, его размещение и обеспечение бесперебойной работы. Многим начинающим майнерам пришлось прекратить это дело, только потому, что они не смогли правильно организовать работу оборудования или в результате отсутствия средств для устранения возникшей поломки. Однако главный риск добычи криптовалют связан непосредственно с её ценностью, так как, если стоимость электроэнергии будет выше выручки, то процесс майнинга в целом будет бесполезен. Криптовалюта бывает нестабильна. В один короткий промежуток времени можно получить как сверхприбыль, так и убыток. Например, в 2013 году произошёл резкий скачок курса биткойна, когда его стоимость всего за два месяца выросла со 150$ до 1000$. Стоит подчеркнуть, что, по первым прогнозам, к концу 2020 года ожидается рост биткойна в 3

раза до 20 000$. Не один бизнес, тем более пассивный, не может похвастаться такими высокими темпами прироста прибыли, как майнинг.

Майнинг при всех своих рисках и проблемах достаточно надежный и простой способ заработать на криптовалютах. Прибыль можно получать, несмотря на падение рынка.

Поэтому достаточно много инвесторов на цифровом рынке стремится вложить свои финансы в майнинг, потому что в отличие от трейдинга, занимаясь которым есть большой риск потерять все свои вложения за мгновение, майнинг является достаточно безопасным бизнесом.

При этом нужно понимать, чем больше майнеров, тем меньше прибыль, которую они смогут получить.

Однако, как и в любом бизнесе, только те, кто не, побоится рисковать, смогут заработать сверхприбыль в цифровых шахтах и на майнинг фермах.

Литература.

1. **Винья, П. Кейси, М.** Эпоха криптовалют. Как биткоин и блокчейн меняют мировой экономический порядок – С. 286–290.

2. **Егорова М.В.** Криптовалюты как новая реальность (обзор российской и мировой печати)//Международная экономика. – 2017. – № 11. – С. 34–41. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://info.finance/zarabotok-i-majning/majning-kriptovalyut-ego-vidy-oborudovanie-skhemy-perspektivy (дата обращения 29.03.2020)

3. Компания Prypto Биткойн для чайников – 2017. – С. 14–23. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://bitcryptonews.ru/blogs/majning/slozhnosti-i-riski-majninga-kritovalyut (дата обращения 29.03.2020)

4. **Тапскотт, А. Тапскотт, Д.** Технология блокчейн – С. 43–46.

5. **Ференец В.** Криптовалюта: что не запрещено, то разрешено / Банковское обозрение. – 2017.С. 88–94.

Кириллов А.Е. магистрант ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Анализируется развитие отрасли туризма в Новгородской области, даётся оценка основных показателей в динамике и предлагаются направления дальнейшего расширения туристической деятельности в регионе.

Ключевые слова: региональное развитие, туризм.

Туристическая отрасль относится к сфере услуг. Ее развитие имеет большое значение для социально-экономического развития региона. Туризм

стимулирует рост экономики, так как подталкивает развитие других отраслей, способствует развитию малого бизнеса, обеспечивает занятость и самозанятость, повышает качество жизни населения, увеличивает налоговые поступления в бюджеты различных уровней.

Целью работы является изучение особенностей развития туристической отрасли в Новгородской области и характеристика перспектив ее дальнейшего развития в регионе.

Объектом исследования выступает туристическая отрасль Новгородской области. Для исследования использовались статистические и аналитические методы, на основе которых были сделаны выводы.

Информационной базой явились материалы статистических сборников Новгородской области, законодательные и нормативные акты Новгородской области.

В Новгородской области развитию туризма придается большое значение, туристическая отрасль становится одной из приоритетных отраслей экономики региона. Была разработана государственная программа «Развитие культуры и туризма Новгородской области на 2014-2021 годы». Она была утверждена в соответствии со Стратегией социально-экономического развития области до 2030 г. В программе перед регионом были поставлены задачи, которые позволят добиться увеличения [1]:

– въездного туристского потока;

– количества посетителей объектов экскурсионного показа;

– среднего времени пребывания туристов на территории области;

– увеличения среднегодового коэффициента загрузки гостиниц области;

– увеличения объема платных туристских и гостиничных услуг в общем объеме платных услуг, оказываемых населению области;

– увеличения вклада туризма в региональную экономику.

Для изучения туристической привлекательности Новгородской области среди отечественных и иностранных туристов была изучена информация Центра информационных коммуникаций «Рейтинг».

Основными критериями для оценки развития туристической отрасли были выбраны: уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры, значимости туристической отрасли в регионе, доходность отрасли, развитие санитарно-курортной отрасли региона, популярность региона для туристов, туристическая уникальность, криминогенная обстановка, интерес к региону в интернете как к месту отдыха, продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве.

В 2017 году Новгородская область по данным критериям занимала 38 место среди 85 регионов, а в 2018 году уже сместилась на 44 позицию. Ухудшение позиции региона было связано с тем, что в 2018 году в России проходил чемпионат мира по футболу и регионы принимавшие участие в проведение соревнований вышли на лидирующие позиции. В 2019 году по

данным того же Центра Новгородская область улучшила свое положение и переместилась на 43 позицию [2].

Проанализируем развитие туристической отрасли на основе данных представленных в статистическом ежегоднике Новгородской области за 2019 год [3]. Динамика численности туристов обслуженных туристическими фирмами за 2015-2018 годы представлена в таблицах 1 и 2.

Таблица 1–Динамика численности принятых туристов за 2015-2018 годы

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп прироста, %		
					2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Принято граждан других стран всего, чел.	1870	756	402	2136	40,43	53,17	531,34

Данные таблицы показывают, что с 2015 года по 2017 год наблюдается тенденция снижения численности туристов принятых туристическими фирмами Новгородской области, а в 2018 году был резкий прирост более чем в пять раз по сравнению с предшествующим годом. Это было связано с проведением спортивных мероприятий в России в 2018 году.

Таблица 2 – Динамика численности отправленных граждан России туристическими фирмами области за 2015-2018 годы

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп прироста, %		
					2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Отправлено граждан России всего, чел.	37383	17366	20990	18517	46,45	120,87	88,22
в том числе в туры по России, чел.	25696	10856	11849	7704	42,24	109,15	65,02

На основе таблицы можно сделать вывод, что наблюдается динамика снижения численности российских туристов отправленных туристическими фирмами. Наиболее удачным для туристических фирм был 2015 год, когда было отправлено 37383 чел. В 2017 году произошло небольшое увеличение числа российских туристов по сравнению с 2016 годом, но этот показатель был значительно ниже, чем в 2015 году. В 2018 году число туристов сократилось и составило к уровню 2017 года 88,22%. Сокращение числа российских туристов связано, прежде всего, с сокращением доходов населения.

Динамика численности граждан, отправленных туристическими фирмами области в туры по России, такая же, как и отправленных граждан в другие страны с учетом России.

Наиболее популярными среди жителей Новгородской области в 2015-2018 годах были туры в Турцию. В 2018 году число туристов в эту страну из Новгородской области составило 5532 чел., а в 2017 году – 3870 чел. На втором месте по популярности популярность и туры в Тунис. Так в 2018 году было направлено в эту страну 1822 чел. а в 2017 году 1322 чел. Популярность этих маршрутов связана с их ценовой доступностью. Становятся популярными туры в Грецию, на Кипр, Таиланд [3].

Сравним между собой число отправленных и принятых граждан туристическими фирмами Новгородской области за 2015-2018 годы в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнение числа отправленных и принятых граждан туристическими фирмами Новгородской области за 2015-2018 годы

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Отправлено граждан России всего, чел.	37383	17366	20990	18517
Принято граждан других стран всего, чел.	1870	756	402	2136
Превышение отправленных граждан России над принятыми гражданами из других стран, раз	19,99	22,97	27,34	8,67

Данные таблицы показывают, что туристические фирмы области в основном работают с гражданами России, желающими путешествовать в другие страны мира и по России. Превышение отправленных граждан над принятыми гражданами туристическими фирмами по данным Новгородстата было максимальным в 2017 году (более чем в 27 раз), а минимальным в 2018 году (более чем в 8 раз).

Важным показателем для оценки развития туристического бизнеса в регионе является численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения. На основе статистической информации Новгородстата представим динамику численности размещенных лиц на рисунке.

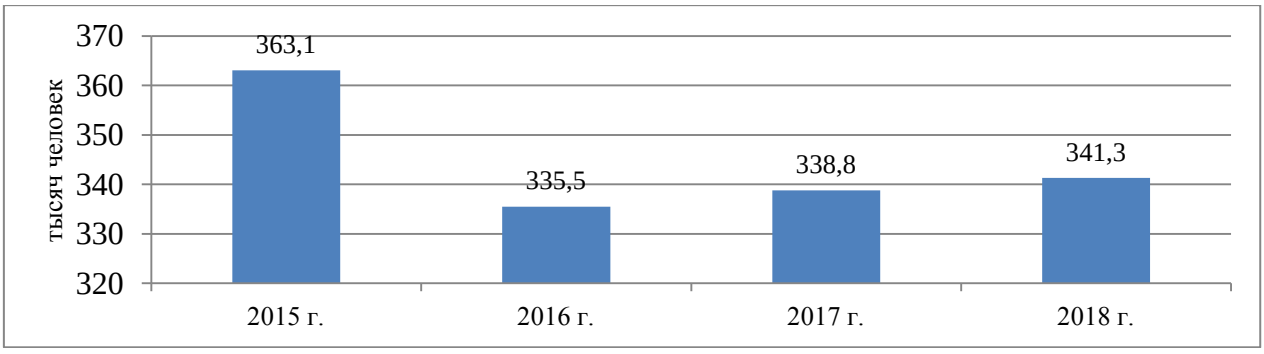

Рисунок 1 – Динамика численности размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения в Новгородской области за 2015-2018 годы

По данным рисунка можно сделать вывод, что наиболее благоприятным для деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения был 2015 год, когда было размещено 363,1 тыс. человек. С 2016 года наметилась тенденция роста этого показателя, но в 2018 году численность размещенных лиц была еще ниже, чем в 2015 году.

Рассмотрим динамику использования номерного фонда гостиниц и аналогичных средств размещения за 2015-2018 годы в таблице 4.

Данные таблицы показывают, что самым высоким этот показатель был в 2016 году, в это время было больше всего размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения. В 2016 году коэффициент имел самое маленькое значение, но начиная с 2017 года наблюдается повышение этого коэффициента, что связано с ростом принятых граждан других стран.

Таблица 4 – Динамика использования номерного фонда гостиниц и аналогичных средств размещения Новгородской области за 2015-2018 годы

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Коэффициент использования номерного фонда (наличных мест)	0,33	0,26	0,31	0,32

Таким образом, проведенный анализ показал, что наиболее удачным для туристической отрасли в Новгородской области был 2015 год.

Существует ряд проблем для развития туристической отрасли в Новгородской области. Наиболее важными из них являются:

– низкая популярность туристического бренда Новгородской области;

– усиление конкуренции между соседними регионами и прежде всего это Ленинградская область и г. Санкт- Петербург;

– недостаточно высокий уровень сервиса и слабая развитость инфраструктуры.

В начале 2020 года наблюдается спад развития туристической отрасли, из-за развития пандемии коронавируса в мире и в нашей стране. Но постепенно все начнет налаживаться, поэтому важно не упустить время и активнее продвигать туристический бренд Новгородской области используя цифровые технологии. Наличие благоприятного месторасположения области между Москвой и Санкт-Петербургом, должно привлечь туристов из этих городов. Для этого надо развивать и предлагать на рынке новые туристические маршруты и предлагать старые,

проверенные, пользующиеся спросом. В настоящее время в Новгородской области наиболее развитым является культурно-познавательный туризм.

В нашем регионе, учитывая его особенности, необходимо развивать туризм в следующих направлениях:

– лечебно-оздоровительный отдых (прежде всего минеральные и целебные грязи курорта в Старой Руссе);

– экологический туризм (уникальные болотные экосистемы, реки, минеральные острова, прежде всего это заповедник «Рдейский»);

– спортивный туризм (гребной слалом – г. Окуловка, горнолыжный курорт «Любытино–слалом» и т.д.);

– паломнический туризм (православные святыни области);

– археологический туризм (например, Троицкий раскоп, известен числом найденных берестяных грамот).

Для развития инфраструктуры и повышения уровня сервиса необходимо расширение инвестиционной деятельности и выполнение программ намеченных правительством Новгородской области в сфере развития туризма. Все эти мероприятия будут способствовать развитию данной отрасли, которая является приоритетной в регионе.

Литература.

1. О государственной программе Новгородской области «Развитие культуры и туризма Новгородской области на 2014 - 2021 годы» (с изменениями на 5 апреля 2019 года). Правительство Новгородской области. Постановление от 28 октября 2013 года №318 (электронный ресурс)// http://docs.cntd.ru/document/411709927 от 28 октября 2013 года N 318

2. Рейтинг субъектов Российской Федерации по развитию туризма (электронный ресурс)// https://www.mkrf.ru/press/news/reyting-subektov-rossiyskoy-federatsii-po-razvitiyu20171006160552/

3. Статистический ежегодник Новгородской области. 2019: Статистический сборник//Новгородстат. - В.Н., 2019 - 335 с. Режим электронного доступа// http://novgorodstat.gks.

Коленова В.В. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Алексина И.С.

РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

АННОТАЦИЯ. В данной статье представлены и проанализированы направления и особенности системы развития образования в цифровой экономике, а также проблемы, связанные с развитием образования в цифровой экономике.

Раскрывается понятие цифровая экономика и её вклад в образование.

Ключевые слова: цифровая экономика, образование, система образования, информационные технологии, электронное обучение.

Современный мир сейчас нельзя представить без цифровых технологий. Цифровая экономика – это экономическая деятельность, которая основана на цифровых технологиях.

Учителя и преподаватели применяют новые образовательные инновации, включая информационные и цифровые ресурсы.

Информационные новшества внесли большой вклад в образование, дав детям возможность попробовать другие способы обучения, используя новые технологии.

Цифровая экономика – это экономическая деятельность, которая основана на цифровых технологиях.

Задача всех ступеней образования – это обучение учащихся всеми представленными цифровыми новшествами и возможностями компьютера.

Объектом исследования выступает образование и цифровая экономика. В основе исследования лежит изучение системы развития образования цифровой экономике и представление примеров использования информационных технологий в образовании.

Новые информационные технологии повышают эффективность в учебе на 30%.

Система развития образования в цифровой экономике позволяет:

– использовать мультимедиа (презентации);

– проводить эксперименты (использование компьютера на физике);

– использовать готовые учебные материалы;

– способность быстро находить информацию.

Также цифровая экономика дает шанс детям с ограниченными возможностями здоровья.

Проблемы, связанные с развитием образования в цифровой экономике [3]:

- передача знаний с использованием информационных новшеств, для этого надо использовать все возможности дистанционного обучения;
- спрос на новые типы компетенций:

– концентрация и внимание;

– эмоциональный интеллект;

– сотрудничество;

– мышление;

– творческие способности;

– грамотность 21 века;

– навыки в сфере IT технологий;

– ответственность.

- смещение ценностных ориентиров в обществе потребления формирует совершенно новый тип обучаемого;
- активное использование в образовательных технологиях технологических стартапов.

Цифровизация педагогического образования означает:

- техническое и программное оснащение образовательных учреждений;
- пересмотр профессиональных стандартов учителей и преподавателей;
- внесение изменений и дополнений в федеральные государственные образовательные стандарты;
- создание цифровых технологических центров;
- создание технологической платформы.

Развитие системы образования в условиях цифровой экономики – это новые подходы к пониманию и формированию образовательной среды, структуры образовательных программ, содержания образования, результатов образовательной деятельности, роли учителя, взаимодействия семьи и школы.

Цифровая школа – это способ сохранения связи поколений в условия быстро меняющийся реальности.

Цифровая экономика – это не только программирование, но и всеобщее проникновение в те сферы, которые отнести к цифровым технологиям сейчас кажется очень странным [5].

Около 45% населения страны должны владеть и уметь пользоваться цифровыми навыками вне зависимости от профессии, которую они выбрали.

Образовательные учреждения должны выпускать человека, который будет обладать данными навыками. Для этого постепенно в образования вводят цифровые технологии.

Под грамотным пользователям следует представлять того, кто умеет правильно вести себя в цифровом пространстве, которые умеет пользоваться цифровыми новшествами и не нарушает базовые принципы безопасности [7].

Школьники должны уметь создавать документ, отправлять электронное письмо, уметь и знать, как быстро найти нужную информацию в интернете. И обладать навыками пользования социальными сетями, им это пригодится в будущем. Ведь современное общество уже не может существовать без цифровых технологий. Школьников следует учить находить нужную и необходимую информацию, структурировать данные и правильно квалифицировать.

Во всех школах уже есть интерактивные доски и электронные дневники (Дневник.ру).

Так как современный мир развивается, то и образование тоже должно развиваться следом за ним.

Ведь школьники и студенты – это наше будущее.

Мы отстаем от других стран, например, в Великобритании уже в 2014 году ввели такой предмет, как программирование.

А внедрение программирования в образование Японии показал, что обучающиеся больше развивают свое логическое мышление.

В школе должны учить, как пользоваться цифровой информацией. Так как ей могут завладеть злоумышленники. Поэтому надо знать базовые знания

цифровой безопасности. Они помогут контролировать распространение информации о себе и другое [2].

В Америке 43% учителей пользуются ноутбуками, компьютерами в школьном классе. Больше 2/3 учителей говорят о еженедельном использовании образовательного онлайн-видео и образовательных приложений.

Индию, например, относят к числу мировых стран-лидеров в сфере образования.

Не надо полностью вытеснять образовательные процессы, но и игнорировать достижения цифрового мира. С учетом темпа, с которым эти достижения обновляются, школе придется пройти еще огромный путь.

Простая зависимость – чем моложе человек, тем более успешно можно внедрить какие-то цифровые технологии. Школьники/студенты используют цифровые новшества намного чаще, чем старшее поколение.

5 июля 2017 года было заседание совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам. На нём В.В. Путин сказал, что цифровая экономика – уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, общества. «… Намерены кратно увеличить выпуск специалистов в сфере цифровой экономики, а, по сути, нам предстоит решить более широкую задачу, задачу национального уровня – добиться всеобщей цифровой грамотности. Для этого следует серьёзно усовершенствовать систему образования на всех уровнях: от школы до высших учебных заведений. И конечно, развернуть программы обучения для людей самых разных возрастов» [1].

Цифровая грамотность – готовность и способность личности применять цифровые технологии уверенно, эффективно, критично и безопасно во всех сферах жизнедеятельности.

Цифровая грамотность – это важнейший навык 21 века, основа безопасности в информационном обществе. Формированию цифровой грамотности должно уделяться особое внимание, наравне с читательской, математической и естественнонаучной грамотностью.

Изменение в обществе: самообразование, повсеместный рост образовательного компонента, ценность творческой самореализации, «пожизненное образование», рост уровня вовлеченности учащихся, развитие онлайн-образования, новые провайдеры образования, восприятие образования как нематериального инвестиционного актива, развитие многоуровневой системы образования, децентрализация управления образованием, развитие цифровых технологий и телекоммуникационных систем, профессиональное развитие педагогов, подход к информационной безопасности обучающихся [4].

Если произойдут эти изменения, мы станем развитой цифровой страной в сфере образования.

Десять трендов развития библиотек [6]:

1. «Облачные» технологии.
2. Всеохватывающая система поиска.
3. Автоматизированный перевод и интерпретация.
4. Мультиформатная медиасреда.
5. Персональное устройство чтения.
6. Библиотека музей.
7. Мультимедийный центр.
8. Хранилище ощущений.
9. Клуб для живого общения.
10. Центр сохранения локальной культуры.

В заключение необходимо отметить, что роль вовлечения информационных технологий в учебный процесс, позитивно сказывается на личности учащихся, а так же создает более комфортные условия для работы педагога.

В настоящее время образование будущего переживает цифровую трансформацию, выходит за рамки учебных учреждений с использованием возможностей образовательных и цифровых технологий.

Образовательные технологии – инструменты и ресурсы, созданные специально для образования, обеспечивающие его доступность и персонализацию: электронная сертификация, анализ учебного процесса и поведения, мобильное обучение, онлайн-обучение.

Создание и усовершенствование новых технологий происходит так быстро, что не успеваешь угнаться даже за старыми технологиями. Поэтому именно сейчас надо учиться пользоваться этими информационными технологиями.

Перед Россией есть возможности для совершения технологического процесса в сфере образования. Сейчас России важно выстроить приоритетные ниши для цифровых инноваций, где с наименьшими затратами можно добиться успеха и стать лидером.

Литература.

1. Выступление Путина В.В. на Петербургском международном экономическом форуме. – 2017 г.

2. **Андреев А.А.** Российские открытые образовательные ресурсы и массовые открытые дистанционные курсы // Высшее образование в России. - 2014 г. №6. С. 150 – 155.

3. **Бабкин А.В.** Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно технические ведомости Санкт Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. - 2017 г. №3. С. 9.

4. **Багаутдинова Н.Г.** Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации / Н.Г. Багаутдинова, Р.А. Багаутдинова // Инновации. – 2018 г. №8. С. 80-83.

5. **Беляцкая Т.** Управление электронной экономикой // Наука и инновации. – 2018 г. №3. С. 48-55.

6. **Горобцова Л.П., Цыганов И.С.** Проблемы и перспективы образования в условиях цифровой экономики // Вестник факультета управления СПбГЭУ. - 2018 г. №3. С. 2.

7. **Кузнецова С.А.** Цифровая экономика: новые аспекты исследований и обучения в сфере менеджмента / С.А. Кунецова, В.Д. Маркова // Инновации. – 2017 г. №7. С. 20-25.

Колунтаева Ю. И. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Минин Д. Л.

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИЗМА ПО РОССИЙСКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

Аннотация. В статье рассматриваются правовые аспекты обеспечения безопасности туризма, анализируется действующее туристическое законодательство и изменения в туристическом законодательстве с целью повышения его безопасности.

Ключевые слова: правовые аспекты безопасности в туризме, правовое регулирование в сфере туризма, чрезвычайные ситуации в области туризма.

Туризм как социально-экономическое и политическое явление в нынешнем состоянии его развития стал средством реализации прав человека и граждан на отдых и досуг. Сектор туризма представляет собой сложный комплекс, который регулируется и занимает важнейшее место в экономике большинства стран мира

Предметом исследования являются общественные отношения, возникающие в процессе правового регулирования туристической деятельности, в частности при осуществлении прав и обязанностей участников туристских отношений, а также в процессе правоприменения уполномоченными государственными органами на основе о соответствующих нормативных актах и других формах выражения права (например, юридические и таможенные договоры).

Туризм занимает важное место в современной системе связей с общественностью. Туризм является важнейшим фактором экономического роста страны и ее благополучия в социальной сфере. Это, например, подтверждается статистикой, показателями социально-экономического развития страны и отдельных регионов. Изменения, которые произошли в стране, как политические (административная реформа), так и социально-экономические (экономический кризис, банкротство компаний в сфере туризма), требуют четкой и своевременной реакции со стороны государственных органов, в частности законодательных органов, которые

определяют вопросы правового регулирования туристической деятельности, которые должны осуществляться в соответствии с правами и свободами человека и гражданина, а также с правами юридических лиц, вовлеченных в эту сферу основной деятельности.

Правовое регулирование туристической деятельности состоит в правовом обеспечении системы правовых отношений, возникающих в результате осуществления туристических отношений участниками (туристами; туристами; туроператорами; туристическими агентствами; туристическими агентствами; поставщиками туристических услуг) своих прав и обязанностей. Все вышеперечисленное обуславливает необходимость обоснования правового регулирования туристических услуг с учетом национальных законодательных актов и международных соглашений в сфере туризма.

Социально-экономическая и культурная деятельность туриста, как и любой другой вид деятельности, не может существовать вне правовых норм. В настоящее время эта сфера деятельности адекватно регулируется нормативными актами на разных уровнях, хотя, несомненно, существуют многочисленные проблемы и пробелы.

Законодательство Российской Федерации о туристической деятельности определяет принципы государственной политики, направленной на создание правовых основ единого туристического рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие в результате реализации прав туристов на отдых, свободу передвижения и других прав при поездках, а также определяет рациональное использование туристических ресурсов Российской Федерации. В то же время приоритет отдается защите прав потребителей туристических продуктов, правовому регулированию деятельности туроператоров и турагентов, а также общественной организации предпринимательской деятельности в сфере туризма. Современное состояние системы регулирования туристической деятельности характеризуется следующими ресурсами:

– сложный характер правового регулирования туристической деятельности, обусловленный тем, что законодательная система представлена общими, отраслевыми и специальными правовыми актами, регулирующими различные правоотношения в сфере туризма;

– ориентация законодательства на туристическую деятельность на формирование и укрепление гарантий и на уровень защиты прав и законных интересов потребителей туристических услуг, гарантирующих качество и безопасность туристических услуг, предлагаемых туроператорами и туристическими агентствами;

– формирование институтов финансовой ответственности для субъектов туризма (банковские гарантии, договор страхования ответственности туроператора, резервный фонд, фонд личной ответственности туроператора), с целью усиления защиты туристов в случае нарушения их гражданские обязательства туроператорами;

– усиление роль и значение публично-правовых субъектов в регулировании процессов развития туризма в Российской Федерации на уровне всей страны, ее субъектов и отдельных муниципалитетов, а также в регулировании и контроле за деятельностью основных субъектов туризма (в основном туроператоров и туристических агентств);

– увеличение количества нормативно-правовых актов ведомственных актов, актов толкования верховенства права, направленных на разработку и уточнение положений и норм законодательства о туристической деятельности и о защите прав потребителей туристических услуг;

– участие в системе правового регулирования туристической деятельности других компаний, в том числе «нетуристических» субъектов (банков, страховых компаний, национальных организаций и союзов, ассоциаций туроператоров и туристических агентств и т. Д.), что приводит к рождению значительное количество «моделей туризма» в областях, связанных с законодательством;

– формирование блока регионального нормативного законодательства, в частности, отдельных законов о туризме, принятых многими субъектами Российской Федерации, для которых туризм является одним из основных направлений развития экономики региона;

– гармонизация законодательства Российской Федерации о туристической деятельности с законодательством о туризме и туристической деятельности стран Содружества Независимых Государств (СНГ) и Европейского Союза (ЕС), заключение различных международных договоров и соглашений с зарубежными странами о сотрудничество в сфере туризма.

Российское туристическое законодательство включает в себя федеральный закон Российской Федерации «Об основах туризма в Российской Федерации» [2]. Этот закон определяет основные области и задачи государственного регулирования в сфере туризма, включая ряд вопросов: от обеспечения посредством туризма конституционных прав граждан на отдых, свободы передвижения, образования и разрешение адекватных социально-экономических проблем (увеличение доходов, создание новых рабочих мест и т. д.).

Среди некоторых видов туризма, определенных законом, приоритет выездного туризма не указан. Прежде всего, это продиктовано экономическими соображениями.

В сфере туризма, среди специфических методов государственного регулирования, закон ставит правовое обеспечение правоотношений в сфере туризма. Объектом этого закона является туризм, который представляет собой один из видов предпринимательской деятельности.

Анализ действующего законодательства, регулирующего индустрию туризма, показывает, что правовое регулирование индустрии туризма осуществляется на основе общего, отраслевого и специального законодательства. Законодательная система включает в себя общие и специальные части. Общая часть включает общие и отраслевые правила, которые регулируют различные аспекты общественных отношений, относящихся к сектору туризма. Особая часть состоит из ряда нормативных актов, касающихся специального законодательства, регулирующего отдельные виды деятельности субъектов в сфере туризма.

Регулирование всех отношений, которые развиваются в сфере туризма на национальном уровне, основывается на соответствующих нормах и статьях Конституции Российской Федерации, принятой в 1993 году. Следовательно, статья 27 Конституции Российской Федерации гарантирует иностранным гражданам право на законных основаниях оставаться в Российской Федерации, свободно передвигаться, выбирать место жительства и проживания, а также свободно передвигаться за пределы Российской Федерации и свободно возвращаться в Российскую Федерацию. Согласно ст. 37 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на отдых и в соответствии со ст. 61 Конституции Российской Федерации гарантирует защиту и спонсорство граждан за ее пределами. Несомненно, вышеуказанные положения являются основой для правового регулирования туристической деятельности, основой для государственного регулирования, разработки общих, отраслевых и специальных правовых актов.

Общие нормативные акты, регулирующие индустрию туризма, включают, во-первых, Гражданский Кодекс Российской Федерации, который является основным законом рыночной экономики, регулирует создание и функционирование лица, которое заключило контракт, сервисные контракты, в том числе туристические и на транспортные услуги, страхование, методы безопасности и ответственность за невыполнение обязательств и т.д. Многие связанные с туризмом вопросы регулируются другими общими кодифицированными нормативными актами, включая Налоговый кодекс Российской Федерации, Таможенный кодекс Российской Федерации, Кодекс

об административных правонарушениях Российской Федерации (КоАП РФ), Земельный кодекс Российской Федерации.

Кроме того, общие акты включают документы, касающиеся организации деятельности субъектами туристического сектора. Это включает в себя законы, регулирующие деятельность субъектов в сфере туризма (законы об акционерных обществах с ограниченной ответственностью, обществах с ограниченной ответственностью, общественных объединениях, некоммерческих организациях, унитарных государственных и муниципальных компаниях, технические регламенты», «О защите прав физических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и др.).

Одним из основных актов, регулирующих отношения в сфере туризма, является закон о защите, который распространяется на все правовые отношения, стороной которых является потребитель. Различные положения, регулирующие сектор туризма, содержатся в законах «О рекламе», «Об организации страхового дела в Российской Федерации», «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», «О лицензировании отдельных видов деятельности», приказах Министерства культуры РФ и др. Общее правовое регулирование должно включать другие нормы гражданского, административного, финансового, налогового и банковского права, которые регулируют определенные аспекты деятельности субъектов в секторе туризма.

Первый специальный нормативно-правовой акт, определяющий первоначальные положения, регулирующие отношения в сфере туризма, можно назвать «Законом о туризме», в котором сформулировано определение индустрии туризма. Следует отметить, что российский закон, в отличие от типового закона стран СНГ «О туризме», не содержит правил, регулирующих деятельность отелей и посещение туристов. Этот закон распространяется только на туристическую деятельность, а правовое регулирование гостиничного и пешеходного движения осуществляется на основании законов.

Правовое регулирование туризма в России осуществляется Федеральным агентством по туризму. Кроме того, на состояние туризма также влияют Министерство внутренних дел Российской Федерации, Министерство иностранных дел Российской Федерации, Федеральная миграционная служба, Федеральная таможенная служба и Федеральная служба безопасности.

В соответствии с указом Президента Российской Федерации «О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по культуре и

спорту» [1] было создано Федеральное агентство по туризму. Федеральное агентство по туризму является федеральным органом исполнительной власти, который в сфере туризма выполняет правоохранительные функции, а также выполняет функции управления государственным имуществом, помимо предоставления государственных услуг.

Одной из форм государственного регулирования туристической деятельности в России является ведение единого федерального реестра туроператоров. Запись ведется Федеральным агентством по туризму. Для защиты прав и интересов туристов на территории Российской Федерации статья 4 Федерального закона «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» требует, чтобы туроператоры получали финансовую гарантию в виде договора страхования гражданская ответственность или ненадлежащее исполнение обязательств, вытекающих из договора купли-продажи туристического продукта или банка, гарантирует соблюдение обязательств, вытекающих из договора купли-продажи туристического продукта.

Поэтому в сфере туризма существует значительное количество нормативных актов. Недавно были внесены изменения в ранее действующее законодательство в этой области. Однако, учитывая сложность рассматриваемых отчетов, их постоянную динамику, необходимо сделать вывод о необходимости дальнейшего совершенствования правового регулирования в сфере туризма и его безопасности. Система правовых нормативных источников в российской правовой системе не ограничивается законодательными актами, но также включает нормативные соглашения и правовые обычаи, а в некоторых случаях - решения Конституционного Суда Российской Федерации и Верховного Суда Российской Федерации, в том числе анализ судебной практики.

Литература.

1. **Бугорский В.П.** Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства / В.П. Бугорский. М.: Юрайт, 2017.

2. **Вотинцева Н.А.** Правовое регулирование гостиничной деятельности / Н.А. Вотинцева. М.: Инфра-М: РИОР, 2017.

3. Правовое обеспечение туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Федеральное агентство по туризму, 2017. — 392 с.

4. Источники правового регулирования туристской деятельности. Региона. [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://rc-today.ru/product/mashina-sportivnaya-zebratoys-15-11160/

5. Нормативно-правовое регулирование туристической деятельности по российскому законодательству. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://novaum.ru/public/p94.

Коновалова С.В. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Шилинскайте И.А.

БЕСПРОВОДНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВОЗМОЖНЫЕ СФЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ

АННОТАЦИЯ. В данной статье представлены типы беспроводных технологий, их характеристика, преимущества и недостатки. А также рассмотрены перспективы использования беспроводных технологий и возможные сферы внедрения.

Ключевые слова: беспроводные технологии, Bluetooth, Wi-Fi, LTE, WiMAX, GPRS.

Цель представленной работы – проанализировать работу беспроводных технологий, изучить их достоинства и недостатки, а также оценить способы эффективного внедрения беспроводных технологий.

Объект изучения - анализ беспроводных технологий.

Предмет данного анализа – степень эффективности внедрения.

Мы привыкли к тому факту, что данные могут легко передаваться по воздуху. Беспроводные технологии, такие как WiFi, Bluetooth, 3G, 4G и другие, постоянно используются в повседневной жизни. Объем данных и скорость их передачи – самые важные критерии для сравнения технологий между собой.

Благодаря современным технологиям у нас есть возможность облегчить повседневную жизнь обновленными приборами и устройствами. Настоящий прогресс произошел в области связи, который заключается в передачи информации и синхронизации устройств по беспроводному каналу.

На сегодняшний день беспроводные технологии занимают огромную часть рынка. Благодаря развитию сотовой инфраструктуры наблюдается все больше типов беспроводных технологий. В данной статье мы проанализируем самые популярные беспроводные технологии за последнее время.

Беспроводные технологии – подкласс информационных технологий, которые предназначены для обмена информацией между людьми на расстоянии, при этом не требуя соединения проводами. Для передачи информации используются различные виды излучений и радиоволны [2].

На сегодняшний день наиболее популярными являются такие беспроводные технологии, как Wi–Fi, LTE, WiMAX, Bluetooth, GPRS. Рассмотрим их деление по классам:

– персональные беспроводные сети. (Bluetooth)

– локальные беспроводные сети. (Wi–Fi)

– беспроводные сети городского масштаба. (WiMAX)

– глобальные беспроводные сети. (GPRS)

Bluetooth – это современная беспроводная технология, которая соединяет между собой такие устройства, как смартфоны, ноутбуки, наушники и т.д. Для этого необходимо иметь в устройстве встроенный микрочип Bluetooth. Первоначально микросхемы Bluetooth позволяли поддерживать связь на расстоянии не больше 10 метров. На данный момент оно выросло до 100 метров.

Wi–Fi – беспроводная технология, которая предназначена для организации локальных беспроводных сетей Wireless LAN. При помощи хендовера абоненты использовать точки доступа и перемещаться между ними, при этом, не теряя соединение.

Основным преимуществом Wi–Fi является способность расширения сети без использования проводов, что значительно уменьшит затраты.

Главным недостатком Wi–Fi является различие частотных диапазонов и ограничений в эксплуатации, в зависимости от страны. Это выражается в различии потребления энергии, за счет чего происходит снижение времени использования батареи и приводит к нагреву устройства.

LTE – высокоперспективная беспроводная технология на сегодняшний день. Широкополосный мобильный доступ способствует высокой скорости передачи данных. Частота диапазона LTE от 1,4 до 20 МГц, что свидетельствует о гибкости стандарта [1].

Данная беспроводная технология поддерживает связь на расстоянии 100 км, которая в свою очередь зависит от высоты базовых станций. Как и Bluetooth, LTE соединяет всевозможные гаджеты, такие как мобильные телефоны, ноутбуки. Но для отличной работы, перечисленные выше устройства должны в первую очередь поддерживать данный формат и иметь встроенный модуль, который также включает в себя GSM и 3G. GSM и 3G позволяют устройствам автоматически подключится к сетям в момент обрыва связи LTE. Скорость передачи информации составляет 20 МБит/с. В настоящее время устанавливают новые базовые станции, которые позволят даже отдаленным населенным пунктам подключиться к интернету. Все перечисленные характеристики повышают спрос на данную технологию.

Беспроводная технология LTE снижает тарифы на использование мобильной связью, что приводит к экономии на оборудование со стороны операторов.

WiMAX – беспроводная технология, которая предоставляет универсальную связь на больших расстояниях. Преимуществами WiMAX является то, что охватывает новые территории и эффективно предоставляет

доступ к сети. А также она достаточно удобна в использовании, по сравнению с другими беспроводными технологиями, легко увеличивается зона использования.

Главным недостатком данной беспроводной технологии является плохой городской сигнал из-за достаточно большого количества сооружений и зданий, которые способствую подавлению или отражению сигнала.

GPRS – беспроводная технология, которая содержит в себе пакет различных услуг поколения G и обеспечивает постоянное подключение к Интернет. GPRS – самая быстрая технология, позволяющая мгновенно подключатся к сети, и передавать информацию с высокой скоростью.

Рассмотрим пакет услуг поколения G, который входит в состав технологии GPRS.

3G – технология, объединяющая в себе быстрый доступ к Интернет и технологию радиосвязи для передачи данных. Частота третьего поколения 3G составляет примерно 2 ГГц и передает данные со скоростью до 3,6 Мбит/с. Данные характеристики позволяют пользователям смотреть по мобильным устройствам фильмы, сериалы, видеоролики и общаться с людьми по видеосвязи. Главной особенностью сети 3G является ее способность одновременно выгружать различные типы данных.

4G – сеть четвертого поколения с отличными характеристиками. Скорость передачи данных составляет 100 Мбит/с для тех пользователей, которые находятся в постоянном движении и 1 Гбит/с, которые пользуются сетью с одного пункта нахождения.

В современной жизни практически все устройства базируются на беспроводных технологиях. Например, Wi-Fi имеет точку доступа для выхода в Интернет, для передачи большого объема данных мобильные телефоны используют GSM, 3G, LTE, а для объединения устройств между собой используется Bluetooth.

Рассмотрим те устройства, которые являются часто используемыми для беспроводных технологийв настоящее время:

– *Wi-Fi-роутер* – при помощи sim-карты сотовой связи соединяется с источником интернета. Обеспечивает доступом к Интернет сразу несколько устройств.

– *Мобильные телефоны*, позволяющие отправлять сообщения любого типа, такие как тексты, картинки, видео или голосовые сообщения. Мобильные телефоны могут соединяться с другими устройствами, как по проводным аксессуарам, так и при помощи беспроводных технологий. Данное устройство также поддерживает доступ к Интернет.

– *Планшеты* во многом похожи на мобильные телефоны, но главным отличием является размер экрана, который позволяет пользователю комфортнее работать и воспринимать полученную информацию.

– *Компьютер* – один из видов устройств, позволяющий работать в сети Интернет при помощи беспроводной связи, которая устанавливается при подключении через USB Wi-Fi-адаптера. Преимущественной особенностью

компьютера является наличие операционной системы, что позволяет обрабатывать огромные объемы информации.

– *Ноутбук* в своей комплектации имеет встроенный Bluetooth-адаптер и Wi-Fi-модуль, которые позволяют получить доступ к сети, а также позволяет подключить дополнительные устройства без лишних проводов. Как и компьютер позволяет обрабатывать огромные объемы информации.

– *Беспроводные аксессуары и периферийные устройства.* Сюда относятся устройства ввода (мышь, микрофон, сенсорный экран, сканер, веб-камера), устройства вывода (принтер, монитор) и устройства хранения информации (жесткие диски, USB- накопитель). Данные устройства могут подключаться как при помощи проводов, так и беспроводными способами к различным устройствам.

– *Телевизоры* по функционалу похоже на компьютеры, поэтому им необходимо иметь встроенные беспроводные модули для доступа к сети.

– *Игровые приставки* подключаются к любому устройству при помощи беспроводной технологии Bluetooth.

– *Домашняя автоматизация* представляет собой комплекс домашних устройств, которые без помощи человека выполняют различные действия. Для выполнения поставленных задач, все устройства в доме должны быть снабжены модулями для взаимодействия между собой. Наиболее распространенное название домашней автоматизации – «умный дом».

С каждым годом на смену старому приходит всегда новое и беспроводные технологии не исключение. Беспроводные технологии становятся практичными и эффективными, трансформируются.

На сегодняшний день все больше проводных устройств сменяются на беспроводные технологии. Это происходит из-за того, что беспроводные технологии более удобны в использовании и дает возможность передвигаться с устройством на различные расстояния. Выпуск беспроводных технологий позволяет усовершенствовать старые модели и оснастить всем необходимым современные дома для удобства и комфорта жителей. Но, к огромному сожалению, такие технологии могут позволить себе не все, а только богатые люди.

В процессе улучшения беспроводных технологий проводится огромное количество исследований по изучению полезности и производительности устройств, сравниваются с предыдущими моделями и анализируют дальнейшую работу для удобного использования. В результате на рынке появляются новые, современные, усовершенствованные модели, которые захотят приобрести огромное количество потребителей.

Для того чтобы оценить удобства использования беспроводных технологий, необходимо их сравнить с проводными способами передачи данных. Рассмотрим преимущества использования беспроводных технологий:

– нет проводов;

– большая скорость передачи данных;

– продуктивность и скорость подключения;

– возможность использования устройства в движении;

– нет проблем с ухудшением качества проводки и отключения от сети;

– возможность выбора беспроводных технологий (Wi-Fi, LTE, Bluetooth и др.).

Помимо огромного количества преимуществ существуют недостатки такие как:

– оказание негативных последствий для организма человека и ухудшения здоровья из-за использования различных видов излучений и радиоволн;

– огромное количество различных типов устройств в близкой доступности может привести к помехам и сбоям.

Для того чтобы эффективно сформировать беспроводные технологии нужно идентифицировать источники для использования данных технологий, что позволит увеличить скорость нахождения проблем, а также обеспечить способы поддержки всех процессов. Поэтому компании вводят программу обеспечения безопасности для более эффективной работы и предотвращения проблем. Данная методика внедрения позволит обеспечить полную готовность к возникшим угрозам и предотвратить последствия [3].

Для разработки беспроводных технологий требуется внедрение специалистов в области компьютерной техники во избежание в дальнейшем проблем кибербезопасностью и других не менее серьезных проблем

В настоящее время огромное количество потребителей используют устройства, которые оснащены беспроводными технологиями. С каждым годом беспроводные технологии усовершенствуются, что позволяет потребителям чувствовать себя комфортнее. А при помощи оснащения данными технологиями домашних устройств позволяет людям больше время уделять себе и своему здоровью.

Но, к сожалению, не все могут позволить себе иметь в доме такие технологии. Только люди с высоким уровнем достатка живут в комфортабельных условиях. Также следует отметить, что беспроводные технологии – это не только удобство в повседневной жизни, но и оказание негативных последствий для здоровья. Поэтому прежде чем приобретать большое количество устройств с беспроводными технологиями стоит задуматься не только о собственном благополучии, но и последствиях к которым могут привести эти технологии, какими бы удобными и эффективными они ни были.

Литература.

1. Беспроводная передача данных: типы, технология и устройства. [Электронный ресурс] – 29.03.2020. – Режим доступа: https://fb.ru/article/382356/besprovodnaya-peredacha-dannyih-tipyi-tehnologiya-i-ustroystva

2. Современные информационные технологии. Беспроводные технологии. [Электронный ресурс] – 29.03.2020. – Режим доступа: https://it-tourism.jimdofree.com/тема-5/беспроводные-технологии/

3. Тонкости эффективного внедрения беспроводных технологий. [Электронный ресурс] – 29.03.2020. – Режим доступа: https://worldvision.com.ua/articles/tonkosti-effektivnogo-vnedreniya-besprovodnih-tehnologiy

Кузьмина Е. А. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Кукушина О. С.

ОЦЕНКА УЩЕРБА ТУРИНДУСТРИИ РОССИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрен основной ущерб, полученный в период распространения коронавирусной инфекции одной из прибыльных отраслей экономики России – туристической индустрии. Проведена оценка показателей авиакомпаний и туроператоров, представлены прогнозы экспертов по дальнейшему развитию туризма, а также сформулированы мероприятия Правительства РФ, направленные на поддержку туристической отрасли.

Ключевые слова: коронавирус, инфекция, экономика, туристическая отрасль, Китай, туристы, авиакомпании, путешествия, банкротство, убытки, прогнозы, меры поддержки.

Актуальной и масштабной темой начала 2020 года стала пандемия коронавирусной инфекции. Неожиданная вспышка затронула все страны мира, тем самым превратилась в глобальную проблему для человечества. Вирус повлек за собой негативное воздействие на медицинскую сферу, а меры борьбы с ним вызвали огромные экономические потрясения. Перестают работать предприятия и учреждения, снижаются цены на энергоресурсы, появляется угроза для финансовых рынков, отменяются общественные мероприятия, закрываются границы стран для авиаперевозок. И это приводит к повсеместному захвату цифровой среды, падению биржевых индексов, удешевлению нефти вплоть до нуля, отмене авиарейсов. Эксперты прогнозируют, что при спаде болезни ущерб мировой экономики будет оценен в 1 трлн. долл., а при продолжительном росте потери не предсказывает никто.

Одной из прибыльных отраслей мировой экономики выступает туризм – её доходы составляют около 5,7 трлн. долл. Развитие этой сферы способствует расширению международных связей, служит источником доходов около 10% населения планеты, а также она содержит в себе цели для развития социального общества. Главная и важная влиятельная особенность

этой отрасли – путешествия людей за рубеж. И именно этот сектор экономики на международном уровне пострадает больше других [1, 2].

Туриндустрия в России стимулирует рост 53 отраслей экономики, способствует развитию малого и среднего бизнеса и обеспечивает увеличение объемов экспорта [3]. Изменение доли вклада туризма в ВВП России за период 2011-2019 гг. представлено на рисунке 1.

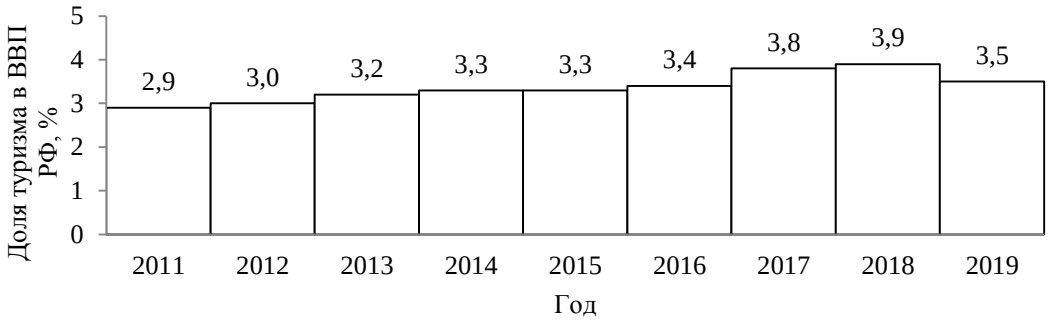

Рисунок 1 – Доля туризма в ВВП РФ за 2011-2019 гг., % [5,6]

Министерство экономического развития РФ поставило цель, что к 2035 году вклад туризма в ВВП страны вырастет до 6,0% – люди должны будут путешествовать в 2 раза больше и экспорт туристических услуг увеличится в 3 раза [4].

Доля валовой добавленной стоимости рассматриваемой индустрии в ВВП страны показывает самый высокий показатель в 2018 году – 3,9%, что в абсолютном выражении составило 4041,4 млрд. руб. (от общего ВВП, равного 103626,6 млрд. руб.) [7].

Такой результат связан с тем, что Россия принимала гостей с разных стран в период проведения Чемпионата Мира по футболу в 2018 году. В связи с пребыванием иностранных граждан на территории РФ увеличились доходы от оказания всех видов туристических услуг. Изменения некоторых из них можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели развития туризма в Российской Федерации [5]

Показатель	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2017 г.	
			Абс. прирост	Темп роста, %
Туристские услуги, млрд. рублей	166,5	172,1	5,6	103,3
Санаторно-курортные услуги, млрд. рублей	112,3	124,8	12,5	111,1
Услуги платных размещений, млрд. рублей	219,9	255,7	35,8	116,3
Число ночевок в гостиницах, млн.	253,0	279,0	26,0	110,3
Численность иностранных граждан	8028,8	11483,8	3454,9	143,0

в гостиницах, тыс.				

Из таблицы 1 мы видим прирост по всем показателям, что и подтверждает вышесказанное. Особенные изменения наблюдаются в численности иностранных граждан в гостиницах – на 3454,9 тыс. чел. больше, чем в 2017 году.

В 2015 году наша страна впервые вошла в десятку наиболее часто посещающих туристами стран и расположилась на 10 месте, а в 2019 году вновь опустилась и заняла 16 место. Главными туристами и поставщиками (не считая стран СНГ) в Россию были и остаются граждане из Китая.

Если сравнивать 2019 год с предыдущим, то количество иностранцев, прибывших на территорию России, увеличилось на 0,98% и составило 32 млн. человек. Но стоит отметить, что в целях туристического плана прибыло 5,1 млн. чел., что на 20,5% больше. Китайских туристов приехало 2,3 млн. чел., что также показывает увеличение в сравнении с 2018 годом почти на 19% [8].

Коронавирус, захвативший мир, впервые был обнаружен в Китае в декабре 2019 года, где до сих пор остается сложная эпидемиологическая ситуация. Еще в феврале 2020 года Россия планировала принять 45 тыс. туристов из Поднебесной и получить от этого доход в 45 млн. долл., а в марте еще больше. Суммарное количество доходов от времяпровождения китайцев в нашей стране за два месяца составило бы примерно 100 млн. долл. [2]. Но согласно распоряжению Правительства РФ от 03.02.2020 года (№ 194-р) с 20 февраля 2020 года закрыт въезд гражданам из КНР на территорию России [9].

Как и во многих странах мира, в России введен режим повышенной готовности: сотрудники предприятий переведены на удаленную работу, образовательные учреждения – на дистанционное обучение. В регионах соблюдается самоизоляция. Также закрыты все общественные заведения, повысились цены на отдельные товары, курс рубля значительно упал [10].

Принимая во внимание меры борьбы с коронавирусом и в соответствии с распоряжением Правительства РФ от 16 марта 2020 года (№ 635-р) на период с 18 марта до 1 мая 2020 года, туристам ограничен въезд на территорию РФ [11]. С 27 марта 2020 года прекращаются полеты за рубеж, с 30 марта 2020 года закрыты все водные, речные, морские, сухопутные, железнодорожные границы России [12].

Отменяются крупные и значимые мероприятия и конференции, деловые встречи, а также путешествия людей в другие страны в целях отдыха. Наша страна несет огромные

убытки и бизнес, завязанный на товарах из Китая, терпит крах. Сообщено о рисках банкротства авиакомпаний и туроператоров – происходит массовая отмена бронированных путешествий [10].

По официальным данным и прогнозам экспертов, взятых из источников сети Интернет, составим таблицу 2, в которой будут отражены данные российских авиакомпаний и прибывших туристов за определенный период.

Таблица 2 – Показатели российских авиакомпаний и прибывших туристов [2, 4, 8, 13, 14]

Показатель	2019 год	2020 год (прогноз)
Убыток за январь – сентябрь, млрд. руб.	40,0	360,0
Обслужили за I кв., млн. пассажиров, в т.ч.	24,6	23,4
за март	8,32	6,57
В среднем прибыло / должно было прибыть туристов из КНР за февраль-март, тыс. визитов	108,9	95,0

Как мы видим, в 2019 году убыток наблюдается в размере 40 млрд. руб. из-за поднятия цен на топливо, в результате чего подорожали и авиабилеты. В связи с закрытием всех международных направлений в 2020 году авиакомпаний ждет убыток в сумме 360 млрд. руб., т.е. 9 раз больше, чем в прошлом. Пассажирские перевозчики информируют, что от закрытия рейсов в Китай они только за февраль потеряли 1,7 млрд. руб.

Количество обслуженных пассажиров российскими авиакомпаниями уменьшилось на 4,9%; что касается марта, то разрыв намного больше, и составляет он 21,0%. Объясняющий этому фактор – коронавирус приобрел статус пандемии именно в марте 2020 года.

Эксперты прогнозируют, что в месяц Россия теряет примерно 40-50 тыс. туристов из Китая, т.е. в сумме за два месяца должно было быть 95 тыс. визитов, но вследствие закрытия границ этот показатель упал до нуля. Сезон путешествий в Россию для жителей Поднебесной отмечен с мая по сентябрь, поэтому, если вирус не пойдет на спад, карантин и самоизоляция не будут отменены, то наша страна лишится большого количества туристов, а авиакомпании понесут серьезные убытки. А именно, въездной туризм в Россию к сентябрю потеряет 12 млрд. руб.

Такой неблагоприятный прогноз ждет и туроператоров. Сейчас многочисленное население отказывается от туров на лето 2020 года. Российских граждан можно понять, поскольку в условиях кризиса всем нужны финансовые средства. Многие остались без работы, им также необходимо выплачивать кредиты и ипотеки.

Со слов исполнительного директора ассоциации туроператоров Майи Ломидзе, 30% таких организаций не выйдут из кризиса и тихо прекратят свое существование. В основном это касается малых и средних турфирм, т.к. крупные находятся в более надежном состоянии. Убыток от приостановки деятельности компаний в сфере комплектаций туров для россиян за рубеж

составит 25 млрд. руб. Поэтому Ростуризм рекомендует по возможности не отменять, а переносить туры на другие даты без доплаты [15].

Спасать туристический рынок приходится самим его участникам. Например, «ANEX Tour» и «Pac Group» не возвращают денежные средства за несостоявшиеся туры, а переводят на депозит с использованием их до конца 2021 года. А «Pegas Touristik» и «Coral Travel» разослали розничным партнерам уведомления о том, что выплаты будут производиться спустя 30 или 50 дней после предполагаемой даты окончания тура.

Обстановка в мире меняется стремительно быстро, новая информация предоставляется каждый день. Нам остается опираться на мнения экспертов и предполагать возможные варианты событий продолжения пандемии.

Если ситуация разрешится в ближайшие 2 месяца, границы откроют, то меры предосторожности все равно останутся. В связи с этим, туристы разделились на 3 группы: первая – в целях безопасности аннулируют свои заграничные поездки; вторая – невзирая

на обстановку в мире, осуществят запланированный отдых; третья – те, кто намерен ждать. Но для восстановления авиасообщения потребуется некоторое время. Ростуризм в целом не рекомендует покидать границы России в 2020 году, т.к. в других странах ситуация, возможно, не исправится, и крупные средства коллективного размещения будут долго восстанавливаться.

В противном случае, российским туроператорам надо повышать спрос на берега России: выходить к отелям Краснодарского края и Крыма, а также ставить ориентиры на Байкал, Алтай, Дальний Восток и Камчатку. И в таких регионах нужно открывать активный туризм: сплавы на байдарках, походы в горы, размещения в глэмпингах. Ожидается повсеместный переход данных в цифровое пространство, и, как следствие, привыкание туристов к дистанционным агентствам. К слову, виртуальный туризм уже появился – мы можем онлайн посещать музеи и театры, а также увидеть главные достопримечательности стран и городов, восхищаясь их красотой хотя бы через экран. Появляется еще большее желание увидеть это в реальном мире, тем самым формируя отложенный спрос на туристические поездки [16].

В период распространения коронавирусной инфекции разрабатываются основные меры поддержки туристической индустрии России. Так, в соответствии с распоряжениями Правительства РФ:

– ФНС предоставит отсрочку по налоговым платежам туристическим компаниям и авиаперевозчикам до 1 мая 2020 года [17];

– в 2020 году взнос в резервный фонд ассоциации «Турпомощь» будет составлять 1 рубль [18];

– Ростуризму выделятся бюджетные ассигнования в размере до 3,5 млрд. руб. для туроператоров на возмещение денежных средств людям за купленные туры [19];

– Министерство экономического развития подготовило законопроект, где предоставляется возможность введения моратория на подачу заявлений о банкротстве [20].

Такого коллапса, как сегодня, не было еще никогда. Туристическая отрасль России в любом случае пострадает, выйдет на рынок сильно изменившейся. Компаний, занимающихся такой деятельностью, станет меньше. Но опыт прошлых кризисов доказывает, что туриндустрия восстанавливается очень быстро. Желание людей путешествовать преодолевает все страхи и сомнения, тем более после изоляции. Кроме того, набирает популярность внутренний туризм и экотуризм. Сейчас все зависит от того, какая тенденция заболеваемости ждет население России в ближайшей перспективе. Но наша страна, не смотря на все трудности и напасти, выходила из любой ситуации победителем, а значит, справится и с этим кризисом.

Литература.

1. Роль и место туризма в экономике. Экономическая значимость туризма [Электронный ресурс] // B-study статьи для высших учебных заведений. – URL: https://bstudy.net/693070/turizm/rol_mesto_turizma_ekonomike_ekonomicheskaya_znachimost_turizma. (дата обращения: 22.04.2020)

2. Семь негативных последствий коронавируса для мировой экономики. Названы потери турбизнеса России из-за приостановки китайского турпотока [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Вести.Ру». – URL: https://www.vesti.ru/. (дата обращения: 22.04.2020)

3. Федеральное агентство по туризму Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] // Роль туризма в Российской экономике. – URL: https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/rol-turizma-v-rossiyskoy-ekonomike/. (дата обращения: 22.04.2020)

4. Правительство нацелилось на увеличение вклада туризма в ВВП почти вдвое. Эксперты предупредили о потере авиакомпаниями 360 млрд. руб. из-за вируса [Электронный ресурс] // Сообщения и материалы информационного агентства «РБК». – URL: https://www.rbc.ru/. (дата обращения: 22.04.2020)

5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // Электронная версия статистической публикации «Туризм в России». – URL: http://www.gks.ru/. (дата обращения: 22.04.2020)

6. Как в России буду развивать туризм [Электронный ресурс] // Электронное периодическое издание «Ведомости» (Vedomosti). – URL: https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2019/06/06/803507-rossii-turizm. (дата обращения: 22.04.2020)

7. Валовой внутренний продукт России [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия. – URL:

https://ru.wikipedia.org/wiki/Валовой_внутренний_продукт_России. (дата обращения: 22.04.2020)

8. В 2019 году иностранных туристов в Россию приехало на 20,5% больше. Сколько может потерять российский въездной туризм из-за коронавируса в Китае. Иностранный турпоток в Россию в 2019 году продолжает расти [Электронный ресурс] // Ассоциация туроператоров. – URL: https://www.atorus.ru/. (дата обращения: 22.04.2020)

9. О временном ограничении въезда иностранных граждан с территории Китайской Народной Республики [Электронный ресурс] // Распоряжение Правительства РФ от 03.02.2020 № 194-р / СПС КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344476/. (дата обращения 24.04.2020)

10. Что коронавирус сделает с экономикой России: сценарии [Электронный ресурс] // Финтолк | Нескучно о финансах. – URL: https://fintolk.pro/chto-koronavirus-sdelaet-s-jekonomikoj-rossii-scenarii/. (дата обращения: 23.04.2020)

11. О временном ограничении въезда в Российскую Федерацию иностранных граждан и лиц без гражданства и временном приостановлении оформления и выдачи виз и приглашений [Электронный ресурс] // Распоряжение Правительства РФ от 16.03.2020 N 635-р (ред. от 25.03.2020) / СПС КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_347693/. (дата обращения 24.04.2020)

12. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 марта 2020 г. № 763-р. [Электронный ресурс] // В целях предупреждения проникновения на территорию Российской Федерации новой коронавирусной инфекции и в соответствии со статьей 9 Закона Российской Федерации «О Государственной границе Российской Федерации» и статьей 31 Федерального закона «О санитарноэпидемиологическом благополучии населения». – URL: http://static.government.ru/media/files/uPySAqzA9AV39jD1h71za3OR9esIxlDj.pdf. (дата обращения: 23.04.2020)

13. Убытки российских авиакомпаний в 2019 году составили 40 млрд. рублей [Электронный ресурс] // Издательский дом Коммерсантъ. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/4113689. (дата обращения: 24.04.2020)

14. В марте 2020 года российские авиакомпании перевезли 6,57 млн. пассажиров –оперативные данные [Электронный ресурс] // Министерство транспорта Российской Федерации. Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация. – URL: https://favt.ru/novosti-novosti/?id=6377. (дата обращения: 24.04.2020)

15. Коронавирус стал “идеальным штормом” для туристического бизнеса: Кто выживет, а кто уйдет [Электронный ресурс] // Комсомольская

правда. – URL: https://www.nnov.kp.ru/daily/27109/4185114/. (дата обращения: 27.04.2020)

16. Кто в туризме выживет после коронавируса [Электронный ресурс] // ООО «Профи Трэвел». – URL: https://profi.travel/articles/45690/details. (дата обращения: 27.04.2020)

17. Письмо ФНС России от 25.03.2020 N ЕД-20-8/32@ [Электронный ресурс] // «О приостановлении до 1 мая 2020 года применения мер взыскания, а также принятия решений о приостановлении операций по счетам для обеспечения исполнения решения о взыскании налога, сбора, страховых взносов, пеней и (или) штрафа в отношении налогоплательщиков, сведения о которых внесены в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства» / СПС КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348723/#dst0. (дата обращения: 27.04.2020)

18. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 18 марта 2020 года № 660-р [Электронный ресурс] // В соответствии с частью пятой статьи 11 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – URL: http://static.government.ru/media/files/Msh2GKVUrTLjIZ511pVnWgBl1DWgh6jj.pdf. (дата обращения: 27.04.2020)

19. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 апреля 2020 года № 909-р [Электронный ресурс] // О выделении Ростуризму из резервного фонда Правительства Российской Федерации бюджетные ассигнования в размере до 3,5 млрд. рублей в целях предоставления в 2020 году субсидий туроператорам на возмещение затрат, понесенных при выполнении перечисленных мероприятий. – URL: http://static.government.ru/media/files/FIZ8l9uRViBI54gI1Q20UqquEfPoDgS5.pdf. (дата обращения: 27.04.2020)

20. Федеральный закон от 01.04.2020 № 98-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций» (ст. 9.1) [Электронный ресурс] / СПС КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/683d32e72015db03b949455861eaee916fe46976/. (дата обращения: 27.04.2020).

Лебедева Е.А. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Никифорова Е. П.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ: РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПОДДЕРЖКА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ»

Аннотация. В статье исследовано состояние малого бизнеса в России, а также рассмотрен уровень реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Сегодня малому бизнесу уделяется достаточно много внимания со стороны правительства, так как именно он является важным механизмом развития экономики. Через реализацию национального проекта государство стремится повысить численность субъектов МСП. В ходе исследования были выявлены основные проблемы в реализации проекта.

Ключевые слова. Малое предпринимательство, малый бизнес, МСП, предприниматель, сфера, экономика, развитие, поддержка, национальный проект.

На сегодняшний день в РФ активно развивается малое предпринимательство, которое, как свидетельствует мировая практика, является отличным механизмом развития экономического потенциала, формирования конкурентной среды и инноваций. Малые предприятия являются мобильными, быстро реагируя на потребности предоставления различных услуг и товаров. Когда в потребительской сфере образуются пробелы, малое предпринимательство стремительно реагирует на спрос, заполняя каналы, тем самым создавая высоко конкурентную атмосферу бизнес – пространства, без которой рыночная экономика не осуществима.

В Российской Федерации законодательное толкование предпринимательской деятельности находится в статье 2 Гражданского Кодекса, согласно которой «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг» [1].

На 10 февраля 2020 года в Российской Федерации действует 5 924 823 предприятий малого и среднего бизнеса. Из них 5 684 304 приходится на микропредприятия, 223 498 – это малые предприятия, а к средним относится 17 021 предприятий [2].

Стоит отметить, что сектор малого и среднего бизнеса очень развит в США, Канаде, Китае и Европейском союзе. Это подтверждается тем, что подавляющий процент от общего числа субъектов хозяйственной деятельности составляют именно малые и средние предприятия, и они

обеспечивают занятость более 50% трудоспособного населения, тогда как в России сектор МСП предоставляет рабочие места всего лишь 22% [3].

На основании этих данных заметно отставание сектора малого и среднего бизнеса России от других стран. Учитывая уровень развития малого бизнеса, его вклад в экономику страны, чётко видна необходимость развития МСП.

Поэтому, в настоящее время малое и среднее предпринимательство является одним из приоритетных направлений государственной поддержки, что достигается с помощью реализации долгосрочного национального проекта – «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Национальные проекты представляют собой трёхуровневую систему. Верхний уровень предполагает двенадцать национальных проектов, которые содержат цели и целевые показатели. В свою очередь, показатели и задачи декомпозированы в федеральные проекты, которые на уровне субъектов представлены региональными проектами.

Минэкономразвития России разработан паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», которые включает в себя пять федеральных проектов:

1. «Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности» (далее – ФП «Условия для бизнеса»);
2. «Расширение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам» (далее – ФП «Финансовая поддержка МСП»);
3. «Акселерация субъектов МСП» (далее – ФП «Акселерация»);
4. «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации» (далее – ФП «Поддержка МФХ и развитие кооперации»);
5. «Популяризация предпринимательства».

Паспорт данного проекта был утверждён 24 декабря 2018 года.

Данные паспорта:

- Источник финансирования: Смешанный
- Бюджет: 481 500 000 000 руб.
- Год начала: 2018
- Год окончания: 2024
- Статус проекта: Реализуется [4].

Главной целью проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» является рост численности малого и среднего предпринимательства в РФ.

Одним из ключевых факторов сдерживающим развитие малого и среднего предпринимательства в России, на наш взгляд, является недостаточная информированность населения о вопросах организации и ведения эффективного бизнеса, так как многие представители малого и среднего предпринимательства формируют свое представление о бизнесе из новостей или интернета.

Сегодня тенденция меняется в лучшую сторону благодаря проводимым мероприятиям по популяризации грамотного ведения бизнеса в рамках реализации федерального проекта «Акселерация». В 2019 году появились центры поддержки МСП – «Мой бизнес», которые представляют собой многофункциональную платформу оказания услуг для организации и ведения малого бизнеса. К 2024 году количество подобных функционирующих центров в России должно составлять не менее 100.

В ходе реализации федерального проекта «Условия для бизнеса», в качестве эксперимента, установлен особый налоговый режим для предпринимателей в Москве, Московской и Калужской областях и в республике Татарстан. Он продлится до декабря 2028 года. По условиям эксперимента гражданин с годовым доходом до 2,4 млн. руб., предоставляющий платные услуги и не нанимающий работников, может зарегистрироваться как самозанятый и платить государству при работе с людьми налог по ставке 4%, а при работе с компаниями – налог по ставке 6 % [5].

Уже сейчас видна положительная динамика, так как число самозанятых граждан по состоянию на 1 ноября 2019 года составляет 261 тысяча человек, а на 2020 год 800 тысяч человек. Данный налоговый режим реализовывается ещё в 19 регионах с 1 января 2020.

В рамках федерального проекта «Популяризация предпринимательства» было проведено 26 форумов «Мой бизнес» по всей России, которые посетило около 50 тыс. участников. Спикеры поднимали вопросы о государственной поддержке, субсидиях, как для начинающих предпринимателей, так и уже сформировавшихся представителей бизнес – среды.

Федеральный проект «Расширение доступа субъектов МСП к финансовым ресурсам» включает в себя программу кредита по льготной ставке, которая не превышает 8,5 % годовых, тогда как процентная ставка кредита на обычных условиях от 12, 9 %.

В рамках федерального проекта «Поддержка МФХ и развитие кооперации» появилась новая мера стимулирования – создание региональных центров компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации и поддержки фермеров, целью которых является информационная, консультационная, и методическая помощь сельскохозяйственным кооперативам. В настоящее время в регионах определено около 40 центров компетенций. Данные центры планируются во всех субъектах России.

Несмотря на положительные моменты реализации федеральных проектов национального проекта ««Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», бюджет проекта исполнен не в полном объёме. Данные представлены ниже в таблице 1.

Таблица 1 – Исполнение бюджетных ассигнований на реализацию национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» в РФ

Федеральный проект	Бюджетные ассигнования, установленные сводной бюджетной росписью на 2019 г., млн руб	Исполнено на 01.11.2019	
		млн руб.	%
Условия для бизнеса	0	0	-
Финансовая поддержка МСП	26 856,1	15 913,9	59,3
Акселерация	25 624,2	18 746,6	73,2
Поддержка МФХ и развития кооперации	5 373,0	2 713,53	50,5
Популяризация предпринимательства	2 722,0	562,3	20,7
Всего по национальному проекту МСП	60 575,3	37 936,2	62,6

На основании приведённых данных, мы делаем вывод, что бюджетные ассигнования в РФ по состоянию на 1 ноября 2019 года исполнены на 62,6 % (37 936,2 млн рублей) [6].

Такой невысокой уровень связан с тем, что с момента запуска национального проекта в начале 2019 года потребовалось ещё 6 месяцев для уточнения и окончательной формулировки некоторых параметров федеральных составляющих. Также одна из главных причин таких показателей – запаздывание разработки и утверждения нормативно – правовых актов, обеспечивающих выполнение управленческих решений по реализации мероприятий национального проекта. Это подтверждает и отчёт Счётной палаты о промежуточных результатах экспертно – аналитического мероприятия «Мониторинг реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [6].

Как показал проведённый анализ, большинство банков России не могут стать частью программы льготного кредитования малого и среднего предпринимательства. Так, в программу 8,5 %, входят 70 банков, а в России функционирует 480 банков, которые имеют лицензию Центрального банка, а также большинство банков долго рассматривают заявки на получение кредита, это время составляет около двух месяцев. На наш взгляд, именно эти моменты отрицательно влияют на показатели Федерального проекта «Финансовая поддержка МСП».

Среди причин, по которым реализация федеральных проектов не достигает плановых значений можно выделить несовершенство

действующего законодательства. Об этом свидетельствует исследование, проведённое ВЦИОМ [7].

В нём говорится о том, что низкое качество законодательного регулирования экономики выделяется как один из ключевых факторов, оказывающих сдерживающие влияние на развитие бизнеса.

Также, к причинам можно отнести то, что на реализацию данного национального проекта выделена значительная сумма, поэтому это повышает риск коррупции среди должностных лиц, неэффективного освоения денежных средств. Все эти факторы, по нашему мнению, влекут за собой ряд нерешённых задач национального проекта.

Отметим тот факт, что реализация мероприятий на региональном уровне увязана по срокам со стартом федеральной информационной кампании и разработкой методических рекомендаций для регионов, что также ведет к отставанию.

Таким образом, в России, заявленные стратегические цели проекта на сегодня достигнуты не в полном объёме. Необходимо провести корректировки дорожных карт, усовершенствовать законодательство, увеличить сроки реализации, либо снизить плановые показатели.

Несмотря на выявленные проблемы, целенаправленная государственная поддержка малых предприятий, через национальный проект ««Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» имеет важное значение для экономики России и регионов и способна дать должный социально-экономический эффект при условии, если она опирается на стройную концептуальную основу и вытекающую из нее систему последовательных и своевременных мер реализации.

Литература.

1. Статья 2 Гражданского Кодекса Российской Федерации.
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]// режим доступа: https://ofd.nalog.ru/statistics.html (дата обращения: 29.03.2020).
3. Статья «Влияние экосистемы МСП на мировую экономику» [Электронный ресурс]// режим доступа: https://tass.ru/pmef-2017/articles/4278934 (дата обращения: 29.03.2020).
4. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».
5. Федеральная налоговая служба: специальный налоговый режим для самозанятых граждан [Электронный ресурс]//режим доступа: https://npd.nalog.ru/app/ (дата обращения: 15.04.2020).
6. Отчет Счетной палаты Российской Федерации о промежуточных результатах экспертно-аналитического мероприятия «Мониторинг

реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

7. Соцопрос «Оценка динамики факторов, влияющих на бизнес и мер, направленных на возобновление экономического роста» [Электронный ресурс]// режим доступа: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2018/2018-05-21_predprinimatel.pdf (дата обращения: 13.05.2020).

Максимов Д.И. студент ИСХПР
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р.А.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье проведен анализ инвестиционной привлекательности туристической сферы Новгородской области. Методология исследования – анализ научной литературы по заданной проблеме, а также практического отечественного опыта.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, туристическая сфера, фактор, население, платежеспособность.

По словам ряда современных экспертов, инвестиционная привлекательность туристической сферы на сегодняшний день – одна из наиболее уязвимых в силу целого ряда факторов. Прежде всего, низкая платежеспособность населения, отсутствие опыта привлечения международных экспертов в области туризма как важнейшего способа управления бизнесом.

Но не все так плохо в туристической отрасли с точки зрения внутренних российских инвестиционных поступлений. По целому ряду факторов инвестиционная составляющая выглядит лучше по сравнению с опытом привлечения активов в туристический бизнес соседних с Новгородской областью регионов. Иными словами, инвестиционный анализ особенно подчеркивает важность управления инвестициями в рамках всего федерального округа в целом, а не только на уровне туристического формата управления активами.

Однако инвестиционная привлекательность применительно к концепции размещения капитала и формирования нового видения экономических учений намного превышает все существовавшие ранее факторы туристической инициативы, так как проблематика стоит намного шире стандартизированных постулатов в привлечении инвестиционных платежей.

Не секрет, что в настоящее время экономика мира терпит серьезные убытки и находится в состоянии глубокой инвестиционной рецессии. К

сожалению, рецессия и нестабильность на рынках в туристическом сегменте также не обошла стороной и Новгородскую область.

Именно данный фактор создал предпосылки для мультипликации инвестиционной составляющей по целому ряду показателей туристической активности. Прежде всего, мультипликатор в системе капитального ремонта основных фондов обусловлен необходимостью пересмотра программы развития туризма на 10-15 лет вперед.

В общей сложности инвестиционная активность в туризме Новгородской области обусловлена необходимостью вложения финансовых средств в «события и фестивали», посвященные религиозной и культурно-исторической тематике.

Несмотря на быстрый рост экономической активности, проблема водного туризма в области привлечения инвестиционной составляющей пока еще актуальна.

Применительно к речному бизнесу она более чем актуальна, на что указывают многочисленные статистические данные за последние пять лет, так как спад в речной отрасли в Новгороде связан с низким спросом на услуги подобного профиля.

Все это создает определенный прецедент, который еще больше усугубляется банковским кризисом, а начиная с 2019 года еще и пандемией Ковид-19, которую невозможно упустить из виду.

Таким образом, инвестиционная привлекательность туристической сферы Новгородской области на май 2020 года находится под угрозой потери многих рынков, в том числе и тех, которые отвечают за пищевое производство, энергетику, транспорт, связь, строительство во всех туристических центрах Новгородской области.

Можно много говорить о механизмах создания предпосылок для увеличения инвестиционной привлекательности Новгородской области в целом, однако самым привлекательным местом следует считать именно инвестиции в Новгородский детинец, крепость, которая известна на весь мир и привлекает большое количество туристов ежемесячно посредством очных экскурсий. Именно они дают уникальный шанс всем инвесторам заработать миллионы на продаже входных билетов, а также за счет включения в расчетную ведомость наиболее значимых для туристических групп программ посещения всех музейных комплексов. С точки зрения финансовой отдачи, следует упомянуть важность культурного наследия в Новгороде как фактора привлечения наиболее рентабельных производственных и финансово-аналитических комплексов.

Тем не менее, несмотря на серьезную инвестиционную привлекательность вышеупомянутых памятников культуры, стоит также отметить еще один важный фактор формирования инвестиционного климата в Новгороде и области в целом – возможность брать банковские кредиты на развитие тех или нужд, связанных со сферой экономики и социального развития региона. Таким образом, имеется корреляция между проблематикой

инвестиционного климата и способностью новгородской администрации создать предпосылки для увеличения доли заимствованного капитала в масштабах всей области.

Выше уже было указано о сущности инвестиционной привлекательности водного туризма как способа заработка денежных средств. Тем не менее, обходить стороной банковский инвестиционный бизнес в концепции инвестиционной привлекательности туристической сферы Новгородской области, невозможно.

Дело в том, что проблематика водного туризма и инвестирования в нее не ограничивается лишь масштабами одного региона. Напротив, данная проблема затрагивает все соседние области, которые имеют единую транспортную проходимость по рекам и иным судоходным путям на территории Новгородского региона.

Среди важнейших показателей в системе инвестирования стоит отметить наличие угроз эпидемиологического характера, которые уже сегодня заставляют пересматривать многие положения в области ведения инвестиционной политики, как руководителей региона, так и федеральных властей, поскольку инвестиционный климат не может реализовываться лишь внутри отдельной территории.

Приходится с сожалением признать, что в ближайшие годы инвестиционная привлекательность туристической сферы Новгородской области будет находиться под угрозой срыва, если ситуация с эпидемией не нормализуется и инвестирование не получит новый стимул для формирования рабочих мест.

Некоторые новгородские эксперты видят в таком положении дел и положительные моменты, которые завязаны на вопросах расширения компетенций современных финансистов, трудящихся под эгидой ЮНЕСКО, так как данная международная организация является основным поставщиком новых знаний в области планирования инвестиционной политики на последующий год и отчетный период.

Таким образом, хотелось бы особенно подчеркнуть важность проведения международных симпозиумов и встреч с участием инвестиционных групп, чья деятельность особенно завязана на проблематике «инвестиционная привлекательность туристической сферы» на сезонный фактор, в том числе, если речь идет об эпидемиологическом кризисе международного масштаба.

Изучая Стратегию социально-экономического развития области до 2030 года особенно хотелось выделить положительные и отрицательные тенденции, которые были выделены в рамках стратегии [1].

Итак, положительными тенденциями являются:

– возрастание количества потребителей туристических услуг в контексте использования гражданами Российской Федерации;

– повышение уровня непродолжительных индивидуальных поездок в Новгородской области;

– возрастание на внутреннем туристическом рынке в контексте автомобильного и семейного туризма.

В свою очередь, развитие туристической отрасли в Новгородской области имеет и ряд недостатков, к числу которых можно отнести:

– возрастание конкуренции среди остальных городов и регионов Российской Федерации в контексте туристической деятельности;

– износ и устаревание традиционных региональных туристических продуктов;

– достаточно очевидное снижение популяризации организованных путешествий.

Представленные направления позволяют свидетельствовать о том, что Новгородская область обладает инвестиционной привлекательностью развития туристической отрасли среди остальных регионов Российской Федерации, однако следует:

– систематически совершенствовать и наращивать конкурентные преимущества;

– делать основной упор на индивидуальный или семейный туризм;

– прививать любовь и уважение к традиционным региональным туристическим продуктам.

Данные действия позволят повысить уровень инвестиционной привлекательности туристической отрасли в Новгородской области.

Также следует провести анализ статистических данных по заданной проблеме.

Так в регионе по данным Агентства развития Новгородской области за последние три года был завершен ряд инвестиционных проектов с общим объемом инвестиций 0,6 миллиарда рублей и созданием более 120 новых рабочих мест, направленных на развитие туристической отрасли. Это популяризация бренда и глобальная реконструкция и оснащение 2-х этажного здания фабрики «Крестецкая строчка», которая занимается производством женской и детской одежды с использованием традиционных швов, создание гостиничного комплекса «Ткачи» и рестобара «Юла» в Боровичском районе, два проекта по открытию отелей на территории Великого Новгорода.

Данный показатель свидетельствует о том, что в указанный период велась активная инвестиционная работа по развитию и совершенствованию туристической отрасли Новгородской области. Показатели по сумме вложенных инвестиций позволяют нам говорить о том, что регион, действительно, является привлекательными с точки зрения туризма. Подобное развитие позволит наладить не только туристическую сферу, но и иные:

– социальную (увеличится уровень рабочих мест и т. д);

– экономическую (в регион будет привлекаться больше туристов и т. д).

Помимо всего прочего, стоит отметить, что в современных условиях в Новгородской области реализуются и планируются к реализации сразу несколько проектов, которые будут способствовать росту инвестиционной привлекательности региона:

– установка колеса обозрения;

– строительство комплекса аквапарка;

– проект «Русские ярмарки» (круглогодичные ярмарки по всей территории Российской Федерации);

– строительство нескольких гостиничных комплексов. К примеру, в рамках инвестиционного проекта будут построены два крупных отеля, стоимостью приблизительно 200 миллионов рублей [2];

– реконструкция набережной Александра Невского;

– строительство Софийской Набережной;

– восстановление пивоваренного завода «Богемия»;

– развитие и расширение баз отдыха, («Любогорье», «Любытино-Хутор», «Валдайский теннисный клуб» и др.).

Представленные проекты являются одним из важнейших источников развития и совершенствования инвестиционной привлекательности туристической отрасли Новгородской области.

Новгородская область – это богатый природными ресурсами регион. Большое количество лесов, рек, озер может способствовать развитию эко-туризма, созданию глэмпингов.

Стоит отметить, что Агентством развития Новгородской области сформирован перечень из нескольких десятков готовых инвестиционных площадок, которые идеально подходят для организации гостиничного бизнеса, создания рекреационных объектов, для размещения баз отдыха и другой туристической инфраструктуры.

Сегодня большую роль в выборе места реализации инвестпроекта играет уровень поддержки со стороны региональных властей. В Новгородской области она осуществляется на системной основе.

Так в соответствии с Указом Губернатора Новгородской области от 21 мая 2013 года №159 решено создать Совет при Губернаторе Новгородской области по улучшению инвестиционного климата. Совет создан в целях обеспечения благоприятного инвестиционного климата, улучшения показателей Новгородской области в национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, для снижения административных барьеров, развития сферы государственно-частного партнерства (далее - ГЧП), упрощения процедуры доступа к инструментам ГЧП, а также совершенствования законодательства, регулирующего их функционирование, улучшения инвестиционного и предпринимательского климата в сфере строительства в Новгородской области [3].

В соответствии с Областным законом Новгородской области от 25.09.2015 №839 обеспечиваются дополнительные преимущества для инвесторов. В рамках данного закона изложены критерии, которым должны

соответствовать различные объекты для предоставления земельных участков, которые находятся в государственной или муниципальной собственности, в аренду без реализации процедуры торгов. Данный фактор позволяет упростить процесс овладения земельным участком с целью ее дальнейшей застройки [4].

Также в соответствии с Областным законом Новгородской области от 28.03.2016 года №945 предоставляется достаточно большое количество льгот для инвесторов в том числе и в туристической сфере [5].

Результатом принятых мер по улучшению делового климата стало улучшение позиций Новгородской области в Национальном Рейтинге состояния инвестиционного климата. В 2018 году регион поднялся в рейтинге на 24 позиции и занял 29 место. На 2019 год стояла задача попасть в топ-20 Национального рейтинга, так как это является показателем инвестиционной привлекательности региона. Нахождение региона в 20-ке лидеров стимулирует инвестора на то, чтобы начать свою инвестиционную активность именно в данном субъекте. В текущем году благодаря совместным усилиям предпринимательского сообщества и Правительства области удалось занять 14 место в рейтинге, прирастив 15 позиций [6].

На основании проделанной работы можно сделать вывод, что в современных условиях туристическая отрасль развивается и ее развитие – это источник инвестиционной деятельности. Соответственно, с целью развития туристической отрасли в Новгородской области необходимо особое внимание обращать на такой важный показатель, как инвестиционная привлекательность. Анализ показал, что в данный момент Новгородская область обладает преимуществом в туристической сфере Российской Федерации, что позволяет свидетельствовать о дальнейшем развитии данной отрасли.

Литература.

1. Стратегия социально-экономического развития Новгородской области до 2030 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.novreg.ru/economy/strateg/2030-strategy.pdf (дата обращения 14.06.2020)

2. Инвестор вложит 200 млн рублей в строительство двух отелей. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://news.novgorod.ru/news/investor-vlozhit-200-mln-rubley-v-stroitelstvo-dvukh-oteley-v-velikom-novgorode--170084.html (дата обращения 11.06.2020)

3. Указ губернатора Новгородской области от 21 мая 2013 года №159 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/460156854 (дата обращения 11.06.2020)

4. Областной закон Новгородской области от 25.09.2015 № 839-ОЗ "О критериях, которым должны соответствовать объекты социально-культурного и коммунально-бытового назначения, масштабные

инвестиционные проекты, для размещения (реализации) которых допускается предоставление земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, в аренду без проведения торгов"

5. Закон Новгородской области от 28.03.2016 N 945-ОЗ "Об инвестиционной деятельности в Новгородской области и защите прав инвесторов"

6. Национальный инвестиционный рейтинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://asi.ru/government_officials/rating/ (дата обращения 13.06.2020)

Манурикова Я.Н. студент ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ НА ОДНОМ ИЗ ВЕДУЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙНОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ РЫБНЫХ КОНСЕРВОВ

Аннотация. Рассмотрен вопрос промышленного туризма на одном из рыбоперерабатывающих предприятий Новгородской области - ООО «Новгородский консервный комбинат № 75. Это предприятие осуществляет полный цикл производства рыбной продукции. Описано используемое оборудование и технологический цикл производства консервов. Также произведен анализ крупных и средних пищевых предприятий Новгородской области как объектов промышленного туризма.

Ключевые слова. Промышленный туризм, ООО «Новгородский консервный комбинат №75», форель.

За последнее время туриндустрияначала искать, изучать и находить новые виды туристических услуг. Одним из таких новшеств стали посещения на современные действующие производственные предприятия. Проведение такого рода экскурсий служит отличной рекламой для большинства компаний, заинтересованных в продвижении своей продукции.

Кризис, начавшийся в последние годы, подтолкнул большинство предпринимателей находить новые, нестандартные технологии для выживания в экономике. Очень креативное решение нашли предприниматели, работающие в туристическом бизнесе. Они решили объединить две, казалось бы, несовместимые вещи - развивать туризм и промышленность одновременно. Это было особенно очевидно в странах Западной Европы.

Промышленный туризм является частью туризма, для которого главным туристическим ресурсом являются промышленные объекты, в том числе регулярные туристические туры на существующие или бывшие промышленные предприятия. Лидерами промышленного туризма в России

являются Урал, Удмуртская Республика, Волгоградская и Вологодская области, и другие территории и регионы.

Согласно исследованию специалистов Оренбургского государственного университета, по состоянию на 2017 год Приволжский федеральный округ является лидером по количеству регионов, где есть предприятия, регулярно проводящие промышленные экскурсии для различных групп туристов.

В настоящее время задачей промышленного туризма является организация регулярных туристических туров и маршрутов на существующие промышленные предприятия.

Самыми популярными являются предприятия по производству продуктов питания, что связано с тем, что они являются наиболее распространенными, поэтому они наиболее представлены в сфере промышленного туризма и удобно расположены: они расположены в городе и немного за его пределами [1].

В Новгородской области насчитывается около 1500 предприятий, из которых 187 крупных и средних. Промышленность в основном сосредоточена в областном центре – Великом Новгороде, около 30% от общего числа предприятий и более 50% выпуска всей промышленной продукции. Промышленными городами Новгородской области считаются районные центры - города Боровичи, Старая Русса и Чудово. Большая часть промышленности занята производственным сектором. Различают следующие основные направления: химия; металлургия; деревообработка; машиностроение; производство электрооборудования; пищевая промышленность.К крупнейшим пищевым предприятиям Новгородской области относятся: ОАО «Великоновгородский мясной двор»,АО «Дека», ООО «Медовый дом», ЗАО «Лактис», ОАО «Ермолинское», ОАО «Боровичскиймолзавод»,СПК «Левочский»,Компания «Новая Аляска Волхов», а так же ООО «Новгородский консервный комбинат № 75»[2]. Последнее из перечисленных предприятий и будет являться объектом, с которого мы и начнем наш промышленный туризм.

Одним из предприятий Новгородской области по производству рыбных консервов является ООО «Новгородский консервный завод № 75». Посещение этого предприятия в рамках программы индустриального туризма полезно для посетителей, поскольку позволит им больше узнать как о технологии производства рыбных консервов, так и об оборудовании, используемом на предприятии.

Предприятие находится на участке площадью около шести тысяч квадратных метров, включает в себя зданиерыбоперерабатывающего цеха в два этажа; административное здание в два этажа, на первом этаже которого расположена бактериологическая лаборатория; несколько складских помещений и здание газифицированной котельной.

Основным видом деятельности предприятияООО «Новгородский консервный комбинат № 75» является переработка и консервирование рыбы,

ракообразных и моллюсков.Ассортимент компании довольно большой и включает в себя консервы: натуральная скумбрия с добавлением масла; шпроты в масле из балтийской кильки; шпроты из кильки и салаки горячего копчения или подсушенной; кусочки натурального лосося; кусочки натурального атлантического лосося; кусочки натурального дальневосточного лосося. Наибольшей популярностью у потребителей пользуются консервы под названием «Радужная форель, натуральные кусочки» [3].

Радужная форель разводится в Ленинградской области. Это основной вид разводимой рыбы - около 95%. Фермы также выращивают сиговые, осетровые и карповые виды рыб, а также новые объекты товарного рыбоводства: нельма, африканский сом. Перспективными объектами для производства рыбы являются судак, палия [4].

Радужная форель – рыба из семейства лососевых. Это необычное название она получила благодаря яркой алой полосе на серебристом теле. Вес взрослой особи составляет около 2 кг. Принимая его в пищу не реже одного раза в неделю, можно снизить уровень холестерина, укрепить кровеносные сосуды и нервные ткани и избежать проблем с памятью в пожилом возрасте. Радужная форель используется как для приготовления повседневных блюд, так и для настоящих кулинарных шедевров.

Мясо радужной форели, как и многих других видов рыб, содержит большое количество легкоусвояемого белка и мало калорий. Радужная форель содержит омега-3 жирные кислоты, важные жирорастворимые витамины A, D, E, водорастворимые витамины группы B, а также такие микроэлементы как: калий, селен, цинк, магний, железо, натрий и фосфор [5].

Консервы под названием «Форель радужная, кусочки натуральные» предназначены для реализации в розничной сети, для непосредственного употребления в пищу. Они изготавливаются в соответствии с требованиями ГОСТа и технических регламентов. Рыба должна быть подготовлена, разделана и уложена в консервные банки с добавлением необходимым компонентов согласно рецептуре. Банки с продуктом должны быть герметично укупорены и стерилизованы при температуре свыше 110°С. Сырье, используемое для изготовления консервов, должно быть не ниже первого сорта и должно соответствовать нормативным документам, действующим на территории Российской Федерации. Сырьем является замороженная неразделанная форель. Перед тем, как взять рыбу в производство для разделки и последующих операций, ее загружают в дефростер, где она размораживается при температуре 20^{O}С. Затем она поступает в чешуесъемный барабан для очистки от чешуи. После чего по транспортеру рыба попадает на разделочный стол для удаления голов, хвостового плавника и внутренностей. Тщательно проинспектированная и дочищенная рыба по транспортеру поступает в промывочную ванну с постоянно сменяющейся водой. Затем по транспортеру, снабженному устройством для дополнительной мойки, рыбы поступает на столы, где

вручную происходит порционирование и укладка рыбы по заданному весу в консервные банки. Банки с уложенной рыбой после набивки дополнительно контролируются на весовом контроле вручную на установленных электронных весах. После весового контроля банки с заданной порцией рыбы по транспортеру поступают на дозатор соли, где автоматически вносится заданная порция соли. После дозирования соли добавляются пряности, наполненные банки дополнительно проходят весовой контроль [6].

Наполненные банки после весового контроля поступают в закаточную машину, снабженную маркиратором, где герметично закатываются крышкой с нанесением на ней даты изготовления, ассортиментным знаком продукции, номером завода.

Затем наступает следующий технологический этап – стерилизация при температуре 120^{O}С. После процесса стерилизации, проходящегов течении 50 минут, консервы из автоклава поступают на мойку банок, после чего идет сушка и этикетирование. Хранится готовая продукция на складе при температуре 15^{O} С и относительной влажности воздуха не более 75% [7].

Интерес для изучения вызывает необходимое для всех технологических операций по производству консервов из рыбы оборудование.

Первым в технологической цепочке по производству консервов из рыбы является стеллаж для дефростации. Этот стеллаж предназначен для размещения на нем замороженного сырья, размораживание которого занимает 4 часа. Всего на производстве используется 3 стеллажа. Полки стеллажа выполнены таким образом, чтобы вся жидкость от размороженных продуктов стекала через технологические отверстия в сразу в канализацию. Ножки стеллажа регулируются по высоте.

Далее сырье поступает в моечную ванну «ВСМ-3/530-Н-ЮТ». Эта ванна применяется для мытья рыбы, овощей, размораживания брикетов, мытья крупногабаритной посуды. Продолжительность операции по мойке рыбы - 10-15 минут.

Снятие чешуи происходит за 5-10 минут в чешуесъемном барабане «АТ. БЧР – 3000.00». Эта машина предназначена для снятия чешуи с неразделанной рыбы размером до 300 мм.

Разделывания рыбы осуществляется на разделочном столе, где одним оператором рыба размером до 300 мм разделывается от 3 до 7 мин. На данном столе работают двенадцать операторов, продолжительность работы на этом оборудовании в смену составляет 2 ч. За это время будет обработан заданный для производства в смену, объем рыбы.

Следующей в технологической схеме производства консервов участвует порционирующая машина «NOCK Cortex CB 435/4E Compact-Slicer». Это компактное оборудование, предназначенное для нарезки рыбы на кусочки, скорость транспортера составляет 18 метров в минуту. Машина используется для производства тушки, а также может нарезать свежий, копченый или подвяленный продукт.

Смешивание компонентов согласно рецептуре производится в смесителе «ВОС-300», выполняется за 2 подхода по 25 минут.

Устройство для мойки и стерилизации банок «124С (N)» предназначено для мытья и стерилизации пустых цилиндрических жестяных и стеклянных банок с наружным диаметром от 50 до 110 мм и высотой от 20 до 100 мм. Продолжительность мойки и стерилизации банок составляет около 60 минут.

Автоматический процесс работы автоматапо наполнению банок «ДНЗ-3-63» - происходит непрерывно в течение 27 минут и состоит из следующих операций: прием банок с цеховых транспортирующих устройств; деление потока банок по шагу; формирование дозы в дозаторе; выдача дозы в банку; удаление наполненных банок с карусели; выдача банок на цеховой транспортер.

Укупоривание банок происходит автоматически на закаточной машине«PERL СВ-104» закручивающимися крышками в течение 11 минут.

Следующим этапом является стерилизация консервов в паровой автоклаве «Б6-КАВ-2» в течение 60 минут.

Заключительным этапом производства является этикетирование. Эта операция производится на этикетировочном автомате«LS-107R», предназначенном для нанесения самоклеящейся этикетки на боковую поверхность продукта, производительностью более шести тысяч банок в час [8].

Контроль готовой продукции осуществляется в заводской лаборатории, где по требованиям на соответствие определяются вкус, запах и цвет продукции. Органолептические показатели консервов должны быть характерны для вареной рыбы этого типа, без горечи и других посторонних привкусов. Мясо рыбы должно быть сочным, не разваренным, куски рыбы – целыми, не распадающимися при выкладывании из банки. В консервах из лососевых рыб допускается наличие тертого мяса (мелкие частицы) на поверхности у донышка и крышки банки, а также незначительный выступ позвоночной кости над уровнем мяса у поперечного среза кусков рыбы. Консервы не должны содержать чешуек, жучек, хрящи, остатки головы, плавники, внутренности и другие несъедобные части рыбы [9].

Оценив работу производства по приготовлению консервов из рыбы, мы можем с уверенностью заявить, что предприятие ООО «Новгородский консервный комбинат № 75» полностью соответствует всем требованиям безопасности, обладает современным оборудованием и располагает всем необходимым, чтобы стать объектом промышленного туризма не только для жителей Великого Новгорода, но и для туристов из других городов и регионов Российской Федерации.

Литература.

1. **Косякова А. А.** Перспективы развития промышленного туризма в России // Научная мысль. –2016. – № 1. – с. 56-59.

2. Производители Новгородской области [Электронный ресурс] / productcenter.ru/Электрон.текст. дан. - © «Производство России», 2008–2020– Режим доступа: https://productcenter.ru/producers/r-novgorodskaia-obl-194 (дата обращения: 25.03.2020)

3. ООО «Новгородский консервный комбинат № 75» [Электронный ресурс] / Электрон.текст. дан. – 2020 – Режим доступа: https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1165321056614_5321184849_OOO-NKK-75 (16.03.2020)

4. Рыбохозяйственный комплекс [Электронный ресурс] /agroprom.lenobl.ru/Электрон.текст. дан. – 2020 – Режим доступа: https://agroprom.lenobl.ru/ru/o-komitete/napravleniya-deyatelnosti/rybohozyajstvennyj-kompleks/ (дата обращения: 25.03.2020)

5. Форель радужная [Электронный ресурс] / calorizator.ru / Электрон.текст. дан. - © Calorizator.ru 2008-2020– Режим доступа: http://www.calorizator.ru/product/sea/trout-9 (дата обращения: 25.03.2020)

6. Консервы рыбные натуральные кусочки ТУ 9271-001-50821216-2011. [Текст]-введен 05.04.2011 – Великий Новгород, 24с.

7. **Г.В. Маслова, В.А. Романов** Сборник технологических инструкций по производству рыбных консервов и пресервов часть 2 – Издательство: «Судостроение». 1989 – 159с.

8. Оборудование [Электронный ресурс] / hprofi.com - Электронные текстовые данные - Copyright 2019 – Режим доступа: https://hprofi.com/p48632449-ustanovka-mojki-sterilizatsii.html (дата обращения 29.03.2020).

9. Требования к качеству рыбных консервов [Электронный ресурс] /msd.com.ua/ Электрон.текст. дан. - © 1999–2020 – Режим доступа: https://msd.com.ua/proizvodstvo-rybnyx-konservov/trebovaniya-k-kachestvu-naturalnyx-rybnyx-konservo (дата обращения: 29.03.2020).

Махкамова Ф. Д. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Шилинскайте И.А.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА РЫНОК ТРУДА

АННОТАЦИЯ. Из данной статьи вы узнаете о влиянии цифровой экономики на рынок труда и занятость населения.

Ключевые слова: цифровая экономика, рынок труда, коммуникационные технологии, образование, цифровизация, информатизация, автоматизация, роботизация.

Сегодня сложно представить нашу жизнь без информационных технологий. Мы видим, с какой стремительной скоростью проникают информационные системы в различные сферы нашей жизни.

Под цифровой экономикой понимают систему экономических, общественных и культурных отношений, которые основываются на применении цифровых технологий. Цифровую экономику также называют интернет – экономикой, новой экономикой, веб – экономикой.

В условиях оцифровки экономики, рынок труда подвергается огромным изменениям. Наблюдается тенденция медленного исчезновения ряда профессий, таких, как юрист, экономист, бухгалтер и возрастания спроса на специалистов IT сферы, инженеров и т.д. Исследование, проведенное Оксфордским университетом говорит о том, что 50% всех рабочих мест, которые существует сегодня, исчезнут на протяжении 25 лет, или они станут максимально автоматизированными.

Объектом исследования является влияние цифровой экономики на рынок руда. В основе исследования лежит анализ рынка труда в условиях цифровизации.

В ходе исследования мы выяснили:

– положительные последствия развития цифровой экономики;

– отрицательное влияние цифровой экономики на рынок труда.

Анализируя воздействие информационно – коммуникационных технологий на рынок труда, можно выделить два главных положительных последствий [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]:

1. Уменьшение роли географического местоположения как фактора индивидуального спроса и предложения на рынке труда.

Возможности:

– увеличение доходов работников периферии от информационной деятельности за счет дистанционной работы и увеличение занятости, так как отдаленность от экономического центра перестает ограничивать спрос на информационный труд;

– эффективность взаимодействия работника и работодателя перестает зависеть от их местонахождения;

– повышение качества услуг, которые предлагаются на рынке, и появление мотивации у работников к повышению эффективности труда и саморазвитию, так как технологии всемирной паутины снижают входные и выходные барьеры на рынке труда, связанные с географическим местоположением, что вследствие повышает конкуренцию и ослабляет монопольную власть специалистов, которые относятся к дефицитной категории [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**];

– усиление специализации за счет расширения рынка сбыта.

2. Цифровая экономика меняет жесткий распорядок рабочего дня, принятый при индустриальной форме производства, что позволяет делать гибким использование человеческих ресурсов.

Возможности:

– рост доходов населения за счет частичной занятости и предпринимательской деятельности;

– уменьшение зависимости от одного места работы, так как в условиях цифровой экономики люди могут более гибко управлять своим временем и выбирать такой тип заработка, который даст больше возможностей реализовать им свои личные цели: получение образования, воспитание детей и так далее [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Отрицательное влияние цифровой экономики на рынок труда заключается в «цифровизации» и «информатизации» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Современные цифровые технологии обеспечивают коммуникации без необходимости прямого контакта человека и гарантируют анонимность. В некоторых условиях люди могут оказаться совершенно одинокими.

Цифровизация не закреплена на какой – то одной отрасли, ее применение может быть максимально широким и сквозным. Это и хорошо, и плохо одновременно. С одной стороны, цифровые технологии повысят уровень экономики страны, даст возможность занять лидерские позиции на мировом рынке. С другой стороны, имеется отрицательный эффект, который оказывает влияние на занятых в производстве продукции и услуг. «Умные» технологии способны значительно сократить количество людей на производстве до минимума, поскольку рыночная экономика требует от компаний непрерывного повышения эффективности, для того чтобы максимизировать прибыль. Иными словами, роботизация постепенно вытесняет человеческий труд, он становится просто ненужным, в результате чего растет количество безработных. Автоматизация во многих отраслях приведет к появлению 2 млн. новых рабочих мест, которые смогут занять разработчики уникального ПО, инженеры и аналитики, но тем самым сократит 7 млн. мест, занятых сейчас среднеквалифицированными специалистами [5].

Подводя итоги можно сказать, что цифровая экономика приведет к возникновению «умных» городов, транспорта и сельского хозяйства, отсутствию цифрового неравенства отдельных регионов, повышению цифровой грамотности у населения. Однако стоит не забывать об отрицательных последствиях цифровых технологий: засорение информационного пространства, нарушение безопасности конфиденциальности персональных данных, нехватка высокообразованных кадров, рост количества незанятых. Для того чтобы минимизировать отрицательные последствия цифровой экономики, необходимо заранее проводить продуманную политику, быстро реагировать на изменения внешней среды и технологические вызовы: разрабатывать комплекс программ переквалификации кадров и непрерывного обучения.

Литература.

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы: [Электронный ресурс] Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 // Официальный интернет-портал правовой информации www.pravo.gov.ru.

2. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации

3. **Авдеева И. Л.** Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом// Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы. Труды научно-практической конференции с международным участием. Санкт-Петербург: Издательство Политехнического университета, 2017. С. 19–25.

4. Роботизация: профессии на грани исчезновения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.jvlife.ru/articles/258-robotizatsiya-professii-na-grani-ischeznoveniya (дата обращения: 27.03.2020).

5. **Семенов Ю.А.** IT-экономика в 2016 году и через 10 лет// Экономические стратегии. № 1 (143), 2017. С. 126-135.

Новиков С. А. студент ИЭУП
Научный руководитель – старший преподаватель НовГУ Афанасьева Е.С.

РАЗВИТИЕ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация. Рассматриваются проблемы развития дополненной реальности. Выявляются различия между дополненной реальностью и виртуальной реальностью. Предлагаютя пути применения дополненной реальности в образованиии, спорте, медицине.

Ключевые слова. Цифровизация, дополненная реальность, виртуальная реальность.

В нашем современном мире уходит на второй сценарий классические оконные графические интерфейсы, которые управляются с поддержкой клавиатуры и мыши, начало которым было положено ещё в 80-е годы минувшего века.

Большой прорыв интерактивных мультимедийных технологий настоятельно настаивает на возникновения свежих интерфейсов человеко-машинного взаимодействия. Самый известный образ на данное время, свежайших интерфейсов взаимодействия человека и компьютера приобрело название «дополненная реальность». Давайте разберемся, собственно, что же это дополненная реальность? Дополненная реальность (AR) – это технология добавления, внедрения в реальную жизнь, в

трехмерное поле восприятия человека виртуальной информации, которая воспринимается как элементы реальной жизни.

В более глубочайшем значении, привязки технологий к интерфейсу, а также связь человека и компьютера, дополненная реальность – это процесс, когда на окружающий мир накладываются объекты сгенерированные компьютером. В данное время основная масса изучений в сфере дополненной реальности сосредоточенно на содействии окружающего мира или же интерактивного видео, подвернутого цифровой обработке, «дополненного» компьютерной графикой. Главные изучения включают отслеживание перемещения настоящих объектов, определение координатных меток при поддержке машинного зрения и конструирование управляемого окружения.

Самое ключевое, что надо понять, дополненная реальность, или же в сокращенном виде –AR, довольно сильно отличается от виртуальной действительности.

Ключевое различие заключается в том, собственно, что дополненная реальность, как бы дополняет настоящий мир, а виртуальная реальность приобретает мнимый мир.

Этим образом, при внедрении дополненной реальности в обыденную жизнь в режиме реального времени, ведут взаимодействие объекты с нашем миром, при поддержке определенного программного обеспечивания, такового как компьютер, но еще в это принимают участие и иные девайсы:

• Очки дополненной действительности («умные очки»);

• Планшеты;

• Смартфоны с функцией AR и пр. девайсы.

Заслуги дополненной реальности содействуют изображать абсолютно н овые свойства объектов и получать новые чувства от приевшихся настоящих вещей, используя обычный индивидуальный компьютер и нормальные периферийные приборы. Использование данных технологий на самом деле везде, областей применения безразмерно.

Объектом исследования выступает дополненная реальность и ее потенциальные сферы применения. В основе исследования лежит: анализ литературы по данной тематике, сравнительный метод, исторический метод и формулировка выводов по результатам исследования. Целью исследования является определение наиболее популярной, средней и менее популярной сферы применения виртуальных технологий.

Как и большинство других завораживающих исследований, хроника дополненной реальности берет начало с научной фантастики. Писатель «Волшебника страны Оз» Лайман Фрэнк Баум в книге «Главный ключ» изобразил неведомое устройство, которое может отмечать в режиме реального времени людей буквами, эти буквы определяют характер и уровень интеллекта. Простые приспособления дополненной реальности были знакомы еще в древности: маски, которые надевали римские арбалетчики,

чтобы лучше целится, и подзорные трубы с нанесенными метками расстояний, и тому подобное.

История дополненной реальности, которая предложена нам сегодня, берет свое начало еще из разработок, затрагивающих виртуальную реальность. Гуру виртуальной реальности считается Мортон Хейлиг. Так его прозвали благодаря своим исследования и патентам, сделанные в 1950-х и 60-х годах. 28 августа 1962 года он запатентовал симулятор «Sensorama».

Сам Хейлиг ещё именовал его театром погружения. Патент рисует виртуальную технологию, в которой зрительные образы дополняются перемещениями воздуха и пульсацией. Обоснование ее существования давалось это:

«Сегодня каждый день увеличивается спрос на способы изучения и тренировки людей этим методикой, дабы ликвидировать опасности и угроза настоящих ситуаций».

Этот инструмент был древней версией виртуальной действительности, а не дополненной, но как раз оно положило начало обоим направленностям.

Хейлиг сделал особую 3D-камеру, дабы снять киноленты для «Sensorama».

А вот в 1968-м году компьютерный профессионал и доктор Гарварда Айван Сазерленд с собственным студентом Бобом Спрауллом придумали прибор, которому присвоили прозвище «Дамоклов Меч». Это одно из первых изобретений, которое входит в сферу дополненной реальности на базе головного монитора.

Данное новшество было очень тяжелым, поэтому его зафиксировали на потолке. Изобретение внушало ужас, отсюда и присвоили ему такое название. В очки со стереоскопическим дисплеем передавалось обыкновенное изображение с компьютера. Особенность контроля за объектами чередовалась в зависимости от передвижения головного дисплея испытуемого, таким образом, потребность была в механизме, который мог следить за направлением взгляда. На тот момент это был нереальный прорыв в науке.

Следующим шагом было внедрение Майроном Крюгером лаборатории с искусственной реальностью «Videoplace» в 1974-м году. Его главной целью было освободить потребителя от надобности надевать специальные шлемы, очки и другие устройства для взаимодействия с искусственной реальностью. В «Videoplace» применялись проекторы, видеокамеры и другое приспособление. Люди, которые находятся в разных локациях, могли обмениваться информацией друг с другом. Их перемещения записывались на видео, анализировались и переводились в силуэты искусственной реальности. Потребители видели, как их силуэты взаимодействуют с объектами на экране и это создавало впечатление, что они часть искусственной реальности. Хотя правильнее было бы назвать это проектом интерактивного окружения.

Прошло около четырех лет, и в 1978-м году, Стим Мани изобрел устройство для дополненной реальности, которое не было зафиксировано к потолку.

В «EyeTap» применялась камера и дисплей, дополняющий среду в режиме реального времени. Это новшество стало главным для будущих проектов, но массово не применялась. Первое массовое применение дополненной реальности стало возможно благодаря Дену Рейтону, который в 1982-м году применил радар и камеры в космосе для того, чтобы продемонстрировать перемещение воздушных масс, циклонов и ветров в телепрогнозах погоды. Там дополненная реальность до сих пор применяется таким образом.

В 1990-е года отбор новых способов применения продлился, а ученый Том Коделл впервые внедрил термин «дополненная реальность». Перед ним и его коллегой поставили задачу: уменьшить затраты на ценные диаграммы, которые применяются для разметки заводских зон по сборке самолетов Боинг. И решением стала замена фанерных знаков с обозначениями на специальные шлемы, которые показывали информацию для инженеров. Благодаря шлему, теперь не надо было переписывать каждый раз вручную информацию, а просто видоизменять на компьютерной программе. Начиная с 90-х годов пошло колоссальное развитие дополненной реальности. Прорыв в производстве микропроцессоров, позволил всему технологическому сектору сильно модернизировать работу.

В 1993-м году в университете штата Колумбия Стив Файнер продемонстрировал систему «KARMA», который предоставляет возможность через шлем виртуальной реальности разглядеть интерактивную инструкцию по уходу за принтером.

Далее в 1995-м году Джун Рекимото изобрел «Navicam» – модель мобильного устройства дополненной реальности, в наше время это смартфоны. «Navicam» – это мобильное устройство, на котором с обратной стороны было приспособлена камера, далее по этой камере поток информации шел к компьютеру, и при распознавании цветной метки, изображал на экране информацию об объекте.

В 1996-м году Джуном Рекимото и Южди Аятцука был придуман «Матричный метод». Он наглядно изображал виртуальные и реальные объекты с помощью плоских меток наподобие QR-кодов. Данная технология помогала вписать виртуальные вещи в реальный мир, просто перенося метки, данная технология применяется и в настоящее время. Например, положить на пол листок с кодом, навести на комнату камерой — и у вас в комнате представиться перед глазами трицератопс.

В 1998-м году НФЛ (НАЦИОНАЛЬНАЯ ФУТБОЛЬНАЯ ЛИГА) впервые воспользовалась дополненной реальностью, которая была разработана компанией «Sport Vision», в прямом эфире спортивных игр. Во время прямого эфира на картинку с камеры, обзорно показывающей игровое

поле, дополнялись техническими линиями и информацией о счете. О «волшебной желтой линии» есть довольно старый трейлер.

В 1999-м году NASA использовало технологию дополненной реальности в приборной панели космического аппарата Икс-38, который мог отображать объекты на земле вне зависимости от погоды и видимости.

В этом же году Хироказу Като создал открытую библиотеку для написания приложений с AR-функционалом «ARToolKit». В данной приложении использовались системы распознавания положения, и ориентации камеры в настоящем времени. Это помогло состыковать картинку реальной и виртуальной камер, что позволяло ровно накладывать слой компьютерной графики на маркеры фактического мира.

Нужно заявить, собственно, что с релизом главной версии данной библиотеки был новейший период интенсивного становления дополненной реальности.

В 2003 году национальная футбольная лига применила AR в камере для аэросъёмки «SkyCam» для изображения по полю маркером.

Далее в 2009 году ежедневник «Esquire» с Робертом Дауни — младшим применяют AR в печатном стиле. Сканируя штрих-код в журнале, потребители могут углубляться в дополненную реальность. В этом же году «ARToolKit» оказывается возможным для интернет-браузеров.

В 2010 году Рони Абовиц создал фирму «Magic Leap». С 2011 года фирма тайно разрабатывала свою AR-гарнитурой. Впервые фирма показало всему миру прибор в декабре 2017 года. В 2014 году «Google» вложило в фирму $645 миллионов.

В 2013 году «Google» выпустило прототип очков «Google Glass». Они соединяются с всемирной сетью на смартфоне через «Bluetooth». Данное устройство отслеживает речь потребителя, касанием и передвижением головы.

Также в 2015 году «Microsoft» заявила о запуске операционной системы со смешанной реальностью «Windows Holographic» и AR-гарнитуры «HoloLens». В устройстве применяются датчики и средства обработки для смешивания голограмм с реальным миром.

В 2016 году фирма «Niantic» запустило приложение Pokémon Go, в дальнейшем игра стала одним из самых востребованных приложений для смартфонов и подогрела интерес к остальным играм с дополненной реальности.

В 2017 году «Apple» удвоило финансирование «ARKit» в операционной системе iOS 11, для того, чтобы производитель мог в максимально короткое время создать приложения с дополненной реальностью. Владельцы iPhone и iPad получили невероятную возможность применять AR-приложения без дополнительного оборудования.

В 2018 году «Magic Leap» объявила о старте продаж своих первых очков смешанной реальности «Magic Leap One Creator Edition». Устройство на рынке продается за $2295, и только в шести городах США.

Разработка технологий дополненной реальности выискивает использование в различных областях. AR, использующихся в изобразительном искусстве, разрешает объектам или же пространствам запускать художественные многомерные волнения и интерпретации действительности. Разработка AR, несомненно, помогла создать технологию отслеживания органов зрения для их же переводов перемещений в чертежи экрана.

В коммерции AR имеет возможность сделать лучше подготовительный просмотр продукта, к примеру, допустить покупателю просматривать содержимое упаковки продукта, не раскрывая его.

В образовательных учреждениях AR применялся для дополненной нормальной учебной системы. По мере развития AR студенты могли участвовать в интерактивном процессе. В образовательном процессе AR может быть применена для воспроизведения исторических событий или чтения книг в 3D-проекциях. Дополненная реальность очень необходима для преподавательского состава в условиях занятий в классе или во время презентаций и позволяет учащимся углубится в данную тему. Примером может быть внедрение технологий – японское приложение «New Horizon», которое благодаря встроенным камерам гаджетов демонстрирует прямо в учебных книгах анимацию персонажей на нужных страницах.

Приложения для химии AR разрешали учащимся визуализировать и вести взаимодействие с пространственной структурой молекулы, применяя объект-маркер, удерживаемый рукою. Учащиеся мед институтов имеют возможность визуализировать всевозможные системы человеческого тела в 3-х измерениях.

В медицине AR дал докторам данные прогноза больного в наблюдении отражения головы или же позволил запись изображения больного, для доступа и наложения.

Примеры включают виртуальные рентгеновский копия, построенные на предыдущей томографии или на изображениях реального времени от ультразвукового и конфокального микроскопов, визуализирующие состояние в видео эндоскопа или риска облучения от рентгеновского излучения. «Siemens» и «IRCAD» придумали систему для лапароскопической хирургии печени, которой пользуется AR для просмотра подповерхностных органов. Контактные линзы, отображающие AR-изображение, присутствуют в разработке. Эти бионические контактные линзы имеют все шансы держать составляющие для отражения, интегрированные в линзу, охватывая интегральные схемы, светодиоды и антенну для беспроводной связи.

В области навигации пользуются наложенными геоданными на видео для обеспечения расширенной навигации для галактических аппаратов. AR использует программное обеспечение для условий ограниченной видимости. Также идет развитие и военной отрасли, например, новые системы дополненной реальности для наземной армии, которые будут внедряться уже через пару лет. В армии США в наше время применяется система под

названием «HUD 1.0» усиленный прибор ночного видения, который также выполняет функции тепловизора и проецирует в монокль на шлеме целеуказатель, показывающий, куда попадет пуля при текущем положении ствола.

Упрощённые аналоги этих систем уже больше 5 лет на рынке. Баллистический калькулятор от фирмы «TrackingPoint», по факту прецедента приходит на смену снайперу.

Далее идет – «HUD 3.0», который должен выйти через пару лет. Он будет владеть вероятностью накладывать на действительную иллюстрацию цифровые слои территории, модели домов, позиции противников. Тут идет понижение расходов на военнослужащие учения. Военные игры обходятся государственным бюджетам в огромные суммы каждый год, а благодаря системе дополненной реальности военнослужащие могут практиковаться с «дополненным» противником не покидая место локации. Наша армия тоже разрабатывает похожие приборы для саперов.

Дополненная реальность помогает насыщать мир новыми технологиями, создавая неповторимый комбинированный интерактивный опыт, дополненная реальность – это не только игры на смартфоне и различные селфи с виртуальными масками. Это невообразимое количество возможностей для коммерческого применение, новые возможности в военном деле, образовании, промышленности, медицине, строительстве, торговле и даже туризме.

Понимания человека в реальном мире закрыто некими рамками, такими как физиологические возможности органов зрения. Таким образом уже многие годы для познания окружающего мира, упрощение работы и домашнего быта, также для отдыха человечество применяет всевозможные приспособления, дополняющие воспринимаемый мир. В каком-то роде оптические приборы с линейками и шкалами, подзорные трубы, секстанты, микроскопы и телескопы дополняют реальность. Но суть технологии дополненной реальности подразумевает именно компьютерная обработка информации реального мира и доработка виртуальных объектов на основе обнаружения образов.

Дополненная реальность подразумевает единство понимания человеком окружающего мира и доработанных в него с помощью навороченных гаджетов виртуальных объектов. AR – наращивается как визуально, так и аудио или телесное восприятие.

Благодаря открытиям в вычислительных технологиях во второй половине XX века, появилась возможность для создания систем, распознающих реальные объекты и контролирующие их движение.

Финансовый рост дополненной реальности не воображаем. В разнице между виртуальной действительностью, необязательно опираться на специальное железо и массивные приборы. Разработка великолепно трудится на самом глобальном носимом аксессуаре – телефоне.

Человечество живет во времени ярких изобретений в любой из отраслей. Специалисты не могут дать точного ответа, какая будет картина именно в сфере дополненной реальности, но сейчас идет развитие фантастических технологий, которое необходимо людям в наше время.

Литература.

1. AR – Дополненная реальность. [Электронный ресурс]. – URL: https://habr.com/ru/post/419437/ – Дата обращения: 26.03.2020

2. **Бондаренко М. А.** Разработка методов и алгоритмов совмещения 2D и 3D информации для авиационных систем улучшенного и синтезированного видения.

3. Дополненная реальность. Перспективы и будущее технологии: [Электронный ресурс]. – URL: https://funreality.ru/technology/augmented_reality/ – Дата обращения: 26.03.2020

4. Технология дополненной реальности AR. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.kp.ru/putevoditel/tekhnologii/dopolnennaya-realnost/ – Дата обращения: 26.03.2020

5. **Цветков В. Я.** Естественное и искусственное информационное поле// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2014. - №5, ч.2. – с.178 -180.

Новоселова Н.Н. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Никифорова Е. П.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Аннотация. Процесс принятия решений присутствует во всех сферах жизнедеятельности человека. Именно поэтому в данной статье будут поэтапно рассмотрены методы принятия решений. Мы выделим психологические аспекты данного процесса. Рассмотрим механизм интуиции, и метод принятия решений на основе суждений. Выделим классификацию суждений по видам. А также проанализируем метод принятия рационального решения. В заключении разберем стили принятия решений и их связь с психологией.

Ключевые слова: Психологический процесс, управленческие решения, механизм интуиции, суждение, рациональность, директивный стиль, аналитический стиль, поведенческий стиль, концептуальный стиль.

Управленческие решения – основной вид деятельности руководителя. Они присутствуют во всех функциях управления. Управленческие решения задают направление, форму и содержание труда для коллектива. Любые, даже самые незначительные пробелы в управленческих решениях могут обернуться

потерями и для подчинённых, и для руководителей, и для всей организации в целом.

Современный мир переполнен множеством внешних и внутренних факторов, которые, так или иначе, влияют на психологию принятия решения, например: научно-технический прогресс, информационные перегрузки, постоянный дедлайн, работа в режиме многозадачности, ускорение темпа жизни и даже загрязнение окружающей среды.

Одно неверное управленческое решение руководителя может повлечь за собой большие последствия, которые могут сказаться и на работниках, и на деятельности организаций. Этим и обусловлена актуальность данной тематики.

Поэтому во время принятия решений, в частности управленческих решений, важно учитывать психологические особенности данного процесса.

Цель статьи: рассмотреть методы и стили принятия управленческих решений и выявить влияние психологии на принятие управленческого решения.

Объектом исследования в данной статье выбран психологический процесс принятия решений. В основе исследования лежит выявление влияния зависимости психологического состояния человека (ЛПР) на принимаемое решение. В качестве методики выбраны эмпирические методы исследования: изучение источников информации по данной теме, обработка и анализ полученных знаний.

Любой человек ежедневно сталкивается с процессом принятия решений. Данный процесс сопровождается методами принятия

решений, каждый человек, в зависимости от своего психотипа, использует метод, который кажется ему наиболее приемлемым.

Методы принятия управленческих решений подразделяются на: качественные и количественные. Качественные методы в свою очередь классифицируются на индивидуальные и коллективные. В данной статье обратимся к подгруппе индивидуальных методов, которые делятся на: интуитивное принятие решений; принятие решений, основанные на суждениях; метод принятия решений, основанный на рациональности.

Поведение человека не всегда можно обосновать логически. Часто при принятии решений вместо расчета и логических рассуждений используют интуицию и эмоции. Интуитивные решения – это выбор, сделанный только на основе ощущения того, что он правильный [1].

При принятии таких решений руководитель не производит сознательного сравнения всех достоинств и недостатков каждой из альтернатив. Решения принимаются подсознательно и не обосновано логически.

Механизм интуиции очень сложен по своей природе. Существует несколько подходов, которые характеризуют понятие «интуиция».

С точки зрения нейробиологии интуиция тесно связана с эмоциональной памятью.

Однако, некоторые исследователи, в частности философы, полагают, что интуиция – это процесс познания, который не сводиться ни к чувственному, ни к логическому познанию, а считается результатом чего-то

нового. И это «новое» не происходит из опыта в повседневной жизни [4]. Именно последний подход наиболее интересен на наш взгляд.

Характеризуя этот подход, можно сказать, что менеджер, делая выбор на основе ощущения правильности, т.е. интуиции, не может аргументировать выбор той или иной альтернативы.

Известный американский психолог Даниэль Канеман выделяет два вида мышления: быстрое и медленное. Быстрое мышление можно назвать эмоциональным, инстинктивным, автоматическим [5]. Медленное мышление – это логическое и рациональное мышление.

Довольно часто интуиция и быстрое мышление становятся причиной интуитивных предсказаний – предчувствий, оценок, предположений и т.д. Многие варианты выбора по этой причине могут быть неправильными и искажёнными.

Интуитивные решения можно использовать на практике, но только совместно с другими методами принятия решений и дополнительной информацией о проблеме.

Следующий метод принятия решений – это метод, основанный на суждениях.

Суждение – это форма мышления, в которой что-либо утверждается или отрицается об объектах, признаках или отношениях объектов.

Решения, основанные на суждении – это выбор, который обусловлен знаниями и накопленным опытом [2].

Руководители и менеджеры часто используют знания о том, что случалось в прошлых аналогичных ситуациях для того, чтобы спрогнозировать результат альтернативных вариантов выбора во время принятия решения. Исходя из опыта лицо, принимающее решение, выбирает альтернативу, которая приносила успех в прошлом.

Минусы такого метода в том, что руководитель, который чрезмерно подвергается суждению и накопленному опыту, может бессознательно, а возможно и сознательно избегать всего нового. Сторонники такого метода чаще всего с большой неохотой хотят что-либо менять или принимать новые решения. Решения, основанные на суждениях, имеют склонность к шаблону, который тормозит развитие человека, команды и организации.

Последний метод принятия решений, который мы рассмотрим в данной статье – это принятие рационального решения. Рациональное решение основывается на базе аналитического процесса и чаще всего не зависит от предшествующего опыта.

Данный метод представляет собой способ принятие решения на основе рассуждений и логики. Он осуществляется по оперативному демократическому поиску рациональных решений [2].

Руководители часто ошибаются и принимают неверные решение из-за того, что им не удалось либо собрать достаточно информации о проблеме, либо они не до конца продумали последствия своих решений. А

последовательный и поэтапный подход к принятию решения позволяет достигать наилучших результатов и добиваться целей.

В основе рациональных решений лежит не интуиция и прежний опыт, а объективный анализ условий, в которых организация действует в настоящий момент. Такое решение не принимается быстро, оно обычно проходит поэтапно.

С психологической точки зрения такой метод из трех самый надежный, так как имеет минимальные риски, позволяет понять суть проблемы, выбрать альтернативы и принять наиболее взвешенное и правильное решение.

Медленное мышление оказывает формирующее воздействие на суждения и выборы, производит оценку идей и чувств, которые возникают посредством быстрого мышления. Но медленное мышление не стоит считать лишь защитником быстрого, ведь в огромном количестве ситуаций оно эффективно блокирует ненужные порывы и глупые мысли, а при помощи концентрации оно делает любую деятельность более эффективной и позволяет совершать правильные выборы [3].

Наряду с методами принятия решений существуют стили принятия решений, которые также связаны с психологией.

Существуют множество классификаций, которые определяют стили принятия решений. Рассмотрим наиболее интересную группировку, который выделил Алан Роу: директивный, аналитический, поведенческий, концептуальный стили принятия решений.

Руководители, которые придерживаются директивного стиля стремятся к достижению практических результатов. Часто времени на принятие решений не хватает, люди с таким стилем принимают решения и действуют быстро. Того же ожидают от своих сотрудников и подчиненных, – быстроты реакции. Лучше всего общаются с подчиненными один на один. Контроль за решением четкий и строгий (не любят терять контроль).

У людей с директивным стилем решения низкая когнитивная сложность. Поэтому для них необходимо все структурировать и иметь четкий механизм действий.

Следующий стиль принятия решений – аналитический. Главная цель такого руководителя (или ЛПР) – быть лучшим. Работа позволяет им познать себя. Когда возникает проблема или «поджимают» сроки, такие люди придерживаются четкого и тщательного анализа ситуации. При планировании решения четко ориентируются на достижение цели. В условиях нехватки времени или стресса лицо принимающее решение концентрируется на проблеме, а если не знают, как ее решить ориентируются только на факты.

Люди, имеющие аналитический стиль решений, обладают высокой когнитивной сложностью, т.е. терпимостью к неопределенности.

Еще один стиль принятия решений – поведенческий. Главная цель управленца с данным стилем – чувство уверенности. Такие люди стараются избегать конфликтов и сгладить углы в отношениях. Руководители такого

стиля особенно сильны в общении с подчиненными и с обществом в целом, они хорошо понимают характеры и личности других людей. Такие люди, принимая управленческие решения, считают, что обычно учитывают потребности окружающих, например, сотрудников.

Последний стиль – концептуальный. В таком случае руководитель (или ЛПР) предпочитает принимать участие в групповых дискуссиях и работать с открытыми людьми. Сталкиваясь с проблемой, люди с таким стилем ищут творческих решений, а когда не знают, как решить проблему, ищут компромисс. В работе стремятся к поиску новых идей и подходов.

По сравнению с иными видами психических процессов, процессы принятия управленческих решений обладают более высокой сложностью и очень сильными индивидуальными различиями. Любое управленческое решение практически всегда может повлиять как на лицо принимающее решение, так и на его команду, организацию и общество в целом.

Каждый человек принимает решение по-разному. Нет двух людей, которые мыслят одинаково и ведут себя идентично при решении одинаковых задач.

Такие различия зависят от огромного разнообразия психических свойств и качеств, которые влияют на процесс принятия управленческих решений. Воздействие этих факторов и служит причиной того, что, когда люди принимают решение в действительности, этот процесс совершенно отличается от нормативных процессов, которые предписывают им, как надо принимать решения. Индивидуальные качества сильно влияют на процесс принятия решений.

Невозможно избежать ошибок и всегда принимать правильные решения рационально. Любой человек подвергается эмоциональному и внешнему воздействию. Важно помнить, что ничего не может быть достигнуто без приложения к этому усилий.

Методы принятия решений, которые направлены на достижение целей или решение проблем, могут быть основаны на интуиции, на понятии здравого смысла или рациональном подходе. Если мы всегда будем действовать по методу рационального выбора и совершать только мудрые и взвешенные поступки, то не будем подвергаться ошибкам. А жизнь без ошибок невозможна, они неотъемлемая часть нашей жизни. Только методом проб и ошибок можно создавать что-то новое. Если бы ошибок не было, то исследования, посвященные принятию управленческих решений, не имели бы смысла. Однако, этого не происходит, и поэтому психологические аспекты принятия решений, являются важнейшим дополнением к теории принятия решений в менеджменте.

Также, можно сказать, что качество управленческих решений зависит не только, от влияния внешних факторов, но и от личностных качеств руководителя и любого человека. Но решения должны исходить из требуемых задач, сложившихся экономических условий и приниматься с соблюдением организационных и психологических предпосылок.

Литература.

1. Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Г. А. Демин; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. (1,58Мб) – Пермь, 2019. – 88 с. – Режим доступа: http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/demin-metody-prinyatiya-upravlencheskikh-reshenij.pdf

2. **Румянцева, Е. Е.** Новая экономическая энциклопедия – 4-е изд. – М.: Ихд-во Издательский Дом, 2016. – 882 с.

3. **Мальцева Ю.А.** Психология управления: учеб. пособие / Ю.А Мальцева, О.Ю. Яценко – Екатеринбург: Изд-во Урал. 2016. – 92 с.

4. **Науменко Е.А.** Введения в теорию интуиции и интуитивности: монография – Тюмень: изд-во: Тюменский Государственный Университет. 2013. – 212 с.

5. **Канеман Д.** Думай медленно…решай быстро. – М.: Изд-во АСТ, 2014. – 656 с.

Новоселова Н.Н. студентка ИЭУП
Научный руководитель – старший преподаватель НовГУ Афанасьева Е.С.

ЦЕЛИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация. В данной статье мы определим, что такое цифровая трансформация. Рассмотрим ее применение в таких сферах деятельности как бизнес, здравоохранение и медицина, образование. Определим отличия цифровой трансформации от автоматизации и выделим факторы, которые определяют переход цифровых преобразований. Еще одной ключевой целью статьи является выделение целей цифровой трансформации на основе рассмотренных сфер деятельности.

Ключевые слова: Цифровая трансформация, процесс преобразования, автоматизация, цифровая стратегия, инновации.

Термин «цифровая трансформация» в современном мире используется достаточно часто. Но многие ученые в данной сфере считают, что четкого определения данного термина пока нет. Многие источники предлагают различные трактовки, наиболее известная: цифровая трансформация – это трансформация бизнеса за счет пересмотра бизнес-стратегии, моделей, продуктов, целей, маркетингового подхода и др. путем принятия цифровых технологий. Как правило, это используется для ускорения продаж и роста бизнеса.

Одно из первых значений термина «цифровая трансформация» – это переход от аналоговых данных к цифровым – то, что сегодня принято называть цифровизацией [1].

Еще одно достаточно понятное значение: цифровая трансформация – процесс преобразования бизнес-моделей под влиянием новых технологий [2]. Но процесс трансформации заключается не только во внедрении технологий, но и в том, как при помощи этих технологий завтра будет строиться бизнес [2]. Какое бы определение не было рассмотрено, можно сказать, что понятие «цифровая трансформация» связана со стратегией.

Для внедрения и применения цифровой трансформации необходимо знать цели, этим и обусловлена актуальность данной тематики. Так как знание и четкое понимание целей и задач, не только цифровой трансформации, но и ведения бизнеса и других процессов, – это уже половина успеха.

Цель статьи: рассмотреть цифровую трансформацию в различных сферах деятельности и выделить основные цели цифровой трансформации.

Объектом исследования в данной статье выбран процесс цифровой трансформации. В основе исследования лежит выявление целей цифровой трансформации. В качестве методики выбраны эмпирические методы исследования: изучение разнообразных источников информации, обработка и анализ полученных знаний.

Цифровая трансформация – это и главная проблема, и главная возможность. Для планирования и проведения цифровых преобразований, предприниматели должны учитывать изменения, с которыми они сталкиваются, так как работники организации не знакомы с технологиями и для понимания нужно время. Не высокий порог входа цифровой трансформации создал уникальные возможности для рынка, и тем самым усиление конкуренций между предприятиями.

Во многих отраслях цифровая трансформация стремительно развивается, для выявления целей рассмотрим наиболее представительные: бизнес, образование, здравоохранение.

Цифровая трансформация в бизнес-процессах направлена не только на бизнес, который связан напрямую с цифровыми компаниями [1].

Новые технологии всегда имеют ценность в бизнесе – они не просто оптимизируют эффективность и производительность, они позволяют создать новые цепочки добавления ценности, новые возможности использования ресурсов, новые продукты, которые станут не только прибыльной долей компании, но и будут максимально полезны и нужны людям (клиенту).

За счет всего этого прибыль компании будет расти, также будет расти и инвестиционная привлекательность.

Рост доходов и сокращение расходов достаточно важно и актуально для российского бизнеса. Грамотное изменение стратегий и внедрение цифровой технологий может совершенствовать процесс бизнеса, который и приведет к желаемым результатам.

В отличие от традиционных компаний, организации, использующие возможность инновационных технологий, способствуют усилению конкурентоспособности.

Цифровая трансформация – это не просто автоматизация процессов (мобильные приложения магазинов/ресторанов, банки-онлайн, электронные кошельки). Данный процесс рассматривается намного глубже, как изменение стратегий развития бизнеса, корпоративной культурой, системой продаж, – в частности это такие изменения, которые создают новые продукты, сервисы и даже отрасли. Трансформация затрагивает как экономику в целом, так и отдельные сферы бизнеса.

Отличие цифровой трансформации от простой автоматизации – это значительное повышение эффективности. Именно поэтому успешная реализация трансформации приводит к созданию новых бизнесов.

Выделяются факторы, определяющие переход к цифровой трансформации: стратегия технология, люди, процессы [1]. Рассмотрим данные понятия в качестве оптимизированного фактора.

На начальном этапе цифровая стратегия не является частью стратегии предприятия. В конечном счете, при цифровой трансформации она должна стать основой гибкой адаптивной стратегии компании [1].

Начальные технологии компании являются разрозненными источниками данных, базовый инструмент для проведения учета и анализа данных. Оптимизированными технологиями являются кастомизированные дэшборды, масштабируемое облако [1].

Без цифровой трансформации люди – рабочие, на которую направленно небольшое внимание, которое характеризуется редко проводимыми тренингами, разрозненным и рассеянным характером рабочих групп [1]. При трансформации люди – это гибкая инновационная культура.

На начальной стадии процессы характеризуются негибкой структурой, редкими циклами релизов. При цифровой трансформации процесс имеет междисциплинарную гибкость, небольшие гибкие команды, право на продвижение путем проб и ошибок [1].

Разработка каких-либо изменений, внедрений и прочего путем проб и ошибок, является достаточной оптимальным и действенным процессом. Люди, получающие обратную связь при разработке новшеств, получат больший эффект и придут к успешному результату быстрее, чем команды, которые полагаются только на теоретический опыт.

Компания Microsoft, которая достаточно успешно ведет свой бизнес в сфере программного обеспечения для различной техники уже 45 лет со дня основания, выделяет 4 группы признаков у проектов цифровой трансформации [1].

1. Радикальное повышение эффективности: ключевые показатели работы организации могут улучшиться в разы.

2. Использование экономичных, масштабируемых и гибких современных технологий.

3. Проект затрагивает не одну сферу бизнеса. Клиенты должны менять свою роль и становиться участниками бизнеса, влиять на качество товаров и услуг за счет обратной связи. Это позволит превратить продукты в сервисы и сочетать массовое производство с индивидуализацией.

4. Обучение сотрудников организации: необходимо накапливать знания.

Таким образом, можно сказать, что цифровая трансформация в бизнесе позволяет создавать новые модели, которые основаны на использовании аналитики данных, а также предлагают расширенный выбор, персонализацию, дешевизну, поэтому бизнес хочет и стремиться стать технологическим.

Рассмотрим цифровую трансформацию в области здравоохранения и медицины.

Нужно сказать, что данная область постоянно совершенствуется и улучшается. Каждый специалист, развивающий здравоохранение и медицину стремиться продлить жизнь человеку и повысить качество оказываемых услуг. Но, несмотря на активное участие в развитии технологий и прочего, в данной области специалисты сталкиваются с большим числом препятствий, которые за частую связаны не только с медициной, но и с другими сферами.

Многие смертельные заболевания до сих пор остаются неизлечимыми, новые вирусы вызывают целые эпидемии, онкологические заболевания ежегодно уносят миллионы жизней.

Современные технологии и процесс цифровой трансформации способен помочь медицине справиться с негативными трендами, которые возникают каждый день. За счет трансформации сфера развивается и обновляет подход к лечению и поддержанию здоровья.

Сфера здравоохранения за счет трансформации должно совершенствовать доступность и качество предоставляемых услуг.

Один из ярких примеров цифровой трансформации в здравоохранении – внедрение платформы Botkin.AI для скрининга диагностических изображений с помощью технологий искусственного интеллекта в Новгородской области.

Представители регионального Минздрава Новгородской области и Фонда «Сколково» подписали соглашение о внедрении платформы Botkin.AI для скрининга диагностических изображений с помощью технологий искусственного интеллекта.

Искусственный интеллект платформы Botkin.AI позволяет определить признаки рака легких, на фоне так называемого матового стекла. Такие случаи сложно диагностируются и могут быть пропущены врачами-рентгенологами.

Современные технологии и проекты цифровой трансформации, направленные в медицину, позволяют каждый день спасать человеческие жизни. Искусственный интеллект помогает анализировать снимки МРТ,

выявлять рак, бороться с эпидемиями. Можно сказать, что цифровая трансформация в сфере здравоохранения и медицине необходима.

Еще одна немаловажная отрасль – образование. Трансформация образования началась достаточно давно. Выделяют несколько этапов развития [3]:

1. Развитие заинтересованности в освоении и использовании цифровой трансформации.

2. Обеспечение к ним физического доступа.

3. Формирование базовой компьютерной грамотности, начальных умений для использования цифровых устройств и иными приложениями/инструментами.

4. Выработка способности использовать цифровую трансформацию для эффективного решения задач.

Простейшим примером цифровой трансформации является всем известная интерактивная доска, которая сейчас есть в большинстве учебных заведений.

Развитие информационных технологий позволяет учителям легко распространять учебные материалы

Создание различных платформ для проведения обучений и вебинаров также является одной из процессов цифровой трансформации. Такие нововведения позволяют людям из одной сферы развиваться, познавать новое, набираться знаний, и задавать вопросы специалистам в той или иной сфере.

Цель всех учебных заведений всегда состоит в том, чтобы человек, посещающий его узнал что-то новое. Элементом цифрового обучения является создание знаний. Обучающийся объединяет и конструирует для себя новые знания, используя современные источники: электронные библиотеки, журналы, блоги, веб-страницы.

Последнее время развитие содержания методов учебно-воспитательной работы стало все больше опираться на развитие распространение цифровых технологий [3]. Различные инновации: новые организационно-методические разработки, образцы новой педагогической практики, основанные на цифровых технологиях, – преобразуют учебный образовательный процесс [3].

Трансформация в данной сфере преимущественно направлена на развитие у учащихся способности самостоятельно искать и применять новые знания.

Для многих учителей и преподавателей цифровая трансформация является негативным аспектам, но чем больше она применяется, чем больше люди сталкиваются и обучаются новым технологиям в данной сфере, тем больше возможности вырастить образованное современное общество, которое будет продолжать разрабатывать и внедрять проекты, в том числе в сфере образования.

Исходя из трех рассмотренных сфер, в которых используется цифровая трансформация, можно проследить связь трансформации и выделить цели:

1. Повышение удовлетворенности клиентов. Данная цель свойственный не только для сферы бизнеса, но и для всех остальных форм деятельности. Здравоохранение желает добиться максимальной удовлетворенности в обслуживании своих пациентов. Образование обеспечивает удовлетворенность преподавателей, учеников и их родителей.

2. Преобразование бизнес-моделей – является основой всего процесса цифровой трансформации.

3. Повышение конкурентоспособности.

4. Развитие компаний в постоянно изменяющихся условиях.

5. Сокращение затрат.

6. Повышение эффективности существующих процессов.

7. Выход на новые рынки.

8. Расширение возможностей.

9. Упрощение производства.

10. Расширение возможностей.

Цифровая трансформация важна для любой сферы деятельности. Цифровая трансформация затрагивает не только бизнес и производство, но и людей на всех уровнях. Таким образом, у людей появляется возможность повышать свой уровень знаний и рассчитывать на более высокую оплату труда. Нет необходимости заниматься низкоквалифицированным трудом.

Цифровая трансформация способствует росту прибыли не только для крупных компаний, которые ее внедряют, но и для остальных участников рынка. Она позволяет повысить конкурентоспособность и заставить предпринимателей начать действовать, начать развиваться.

Цели цифровой трансформации ясно дают понять, на что она направлена и почему важна в современном мире.

На сегодняшний момент бизнес развивается со стремительной скоростью. Технологии не стоят на месте. Ранее использованные бизнес-модели часто становятся неэффективными. Поэтому необходимо идти в ногу со временем и с развитием технологий.

Цифровая трансформация направлена не только на развитие технологий, но и на преобразование мышления и культуры организации.

Литература.

1 **Прохоров А., Коник Л.** Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт. – М.: ООО «АльянсПринт», 2019. – 368 стр.

2 **Вайл П., Ворнер С.** Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. – М.: ООО «Альпина Паблишер», 2019. – 260 стр.

3 **Уваров А.Ю.** Образование в мире цифровых технологий: на пути к цифровой трансформации – М.: Изд-во: дом ГУ-ВШЭ, 2018. – 168 стр.

Парицкий Д.Ю. студент ИЭУП
Научный руководитель – старший преподаватель НовГУ Минин И.Л.

ЭФФЕКТЫ ОТ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. Рассматриваются возможности развития цифровой экономики в России; особое внимание уделяется двум наиболее важным для человека секторам экномики – образованию и здравоохранению.

Ключевые слова. Цифровизация, образование, здравоохранение, экономика.

Основу цифровизации заложила IT-компания IBM еще в 1964 году, когда фирма анонсировала System/360 – поколение компьютеров, использующее весь спектр применения с различной производительностью, при этом используя одно и то же программное обеспечение. Более ранние программы использовались для строго определенного оборудования, таким образом, при использовании другого оборудования, программный код нуждался в изменении. Технология S/360 позволяла этого избежать. Клиенты фирмы могли использовать простую модуль, постепенно обновляя ее до нового, более сложного уровня, в зависимости от роста их организации и соответствующей потребности, не переписывая ПО. Такая прогрессивная технология привела к появлению более производительных и менее габаритных машин [1].

Спустя 10 лет организации использовали персональные компьютеры для оцифровки своей коммерческой деятельности (первые аналоги современных офисных программ). Компании стали работать эффективнее, получили несравненное конкурентное преимущество.

Первое определение «цифровизация» появилось в 1995-ом году, его сформулировал американский информатик Николас Негропонте из Массачусетского университета [2]. Стратегия развития информационного общества в России на 2017-2030 годы, утвержденная Указом Президента РФ от 09.05.2017 г. № 203, определяет цифровизацию следующим образом: «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [3]. Следовательно, «цифровизация» подразумевает процесс перехода к цифровой экономике.

В более узком смысле цифровизация – это переход организации или полноценной экономической отрасли к применению цифровых технологий для улучшения производства и менеджмента [4].

Основными пользователями процесса цифровизации стали: интернет-магазины; банки, предлагающие онлайн-сервисы; электронные платежные системы; интернет-реклама; и такие сервисы как госуслуги онлайн. Примерами продукции при переходе к цифровизации стали умные дома, роботизированное заводское оборудование и беспилотные автомобили.

Главным шагом к появлению цифровизации стала глобализация интернета, и, соответственно, его доступность широким массам населения.

Как и при создании первой вычислительной машины, прогрессивные цифровые технологии в первую очередь использовались в военной промышленности, однако, уже сейчас по всему миру ими пользуются люди в повседневной жизни.

Цифровизация повсеместно улучшает качество жизни людей, становясь чем-то просты и привычным, превращаясь из предмета роскоши в средство повседневной необходимости.

Объект, или то, на что направленно данное исследование – это эффекты от цифровизации. Мы рассмотрим, в каких сферах общественной деятельности произошел переход в цифровой, какое влияние оказал, рассмотрим сильные и слабые стороны цифровизации.

Методика – это то, какие приемы и способы исследования будут использованы, их порядок применения.

Для изучения объекта будут использованные следующие методы исследования:

– Анализ – разделение исследуемого объекта на составные части;

– Индукция – на основе собранных данных о составляющих объекта, формулирование общего вывода;

– Сравнение – сопоставление выбранного объекта с другими;

– Измерение – в данном случае привидение статистических данных;

– Абстрагирование – переход к общим понятиям и определениям;

– Конкретизация – рассмотрение конкретных явлений и эффектов;

– Системный анализ – систематизирование изучаемых элементов объекта;

– Комплексный анализ – изучения всего, что связано с объектом.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: В широком смысле цифровая экономика – это совокупность экономических отношений, базисом которых является цифровые информационно-коммуникационные технологии.

Говоря о преимуществах цифровой экономики перед традиционной, можно выделить следующие аспекты:

– Более низкая стоимость платежей, из-за снижения затрат на продвижение;

– Новые источники дохода;

– Высокая доступность государственных и коммерческих;

– Лёгкий выход на глобальный рынок, благодарю доступу из любой точки мира;

– Быстрая обратная связь от потребителей, позволяющая оперативно дорабатывать продукт;

– Разнообразие, качество и удобство информационного, образовательного, научного и развлекательного контента.

Главный показатель эффективности цифровизации экономики, несомненно, это рост прибыли [5]. С точки зрения экономики, если на предприятие внедрили цифровые технологии, но при этом издержки не уменьшаются, а прибыль не растет, то такая цифровизация бесполезна.

Цифровизация плотно связанна с инновационной деятельностью. Инновационные проекты, в которых применяется цифровизация, являются привлекательными для инвесторов различных уровней. Крупные вложения развивают экономику, а удачные проекты приносят соразмерную прибыль, открывая новые экономические возможности, при этом развивая и рынки сбыта [5]. Также развитие цифровизации стимулирует производство вычислительной техники (компьютеров, ноутбуков, планшетов, смартфонов и др.), так как эта техника является инструментов для использования плодов цифровизации.

Кроме того организации, грамотно использующие цифровизацию на своем производство, способны увеличивать производства, делая свой в клад в ВНП, который и является основным показателем экономики в масштабах страны.

Основным двигателем цифровой экономики в России является некоммерческая компания «Цифровая экономика», в задачи которой входит создание правового регулирования, инфраструктура, обеспечение личной, коммерческой и государственной безопасности в рассматриваемой сфере. А также подготовка или переподготовка кадрового состава и внедрение отечественных технологий в государственный аппарат. Компания планирует вывести более десяти конкурентоспособных компаний на глобальные рынки, адаптировать цифровые платформы для различных экономических отраслей, обеспечить занятость множества малых и средних предприятий, которые занимаются производством цифровых технологических решений и предоставлением услуг в этом секторе [6].

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ: Невероятно актуальной темой сегодня считается цифровизация образовательной системы. Существует общественное мнение, что в обозримом будущем образовательные интернет-платформы могут вытеснить университеты.

На сегодняшний день цифровизация активно внедряется в образовательные учреждения, ярким примером можно назвать онлайн курсы **[7]**. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации планирует создать около четырех тысяч онлайн-курсов уже к 2025 году. Это говорит о том, что существенная часть образовательного процесса переводится в цифровой формат.

Важно понимать, что цифровое образование еще только начинает свой путь в России. Педагоги вынуждены осваивать цифровые технологии независимо от своих предпочтений. Однако большинство из них оценивает новые возможности с положительной точки зрений. Электронный материал легко редактируется, быстро подстраиваясь под нужны преподавателя, а электронные презентация обладают наглядностью, что позволяет ученикам лучше усваивать материал.

Цифровое образование открывает широкий горизонт возможностей для студентов, предпочитающих заочную форму обучения, позволяя им заниматься учебой в свободное от работы время.

Переход на цифровое образование позволит сделать большой вклад и в экологию, так как отпадет надобность в бумажных ресурсах (конспекты, отчеты и другие работы на бумажных носителях), хотя это негативно скажется на канцелярском бизнесе.

Важным фактором является тот факт, что переход к цифровому образованию вызовет большие структурные изменения на рынке труда, а также к появлению новых компетенций.

В скором времени цифровые ресурсы позволят нам мгновенно переводить речь на другой язык, что даст возможность образованию стать доступным и интегрированным во всем мире.

Вместе с переходом на виртуальное образование изменится и роль преподавателей и учителей. Вместо того чтобы передавать знания, они будут показывать, где эти знания найти и как использовать инструменты получения знаний.

Однако, для успешной цифровизации, одной только оцифровки учебного материала мало. Освоение новых информационных технологий – это лишь первая ступень на пути развития цифровой педагогики. Основным критерием тут станет полезность для обучающихся. В будущем прогнозируется большой рост эффективности обучения студентов за счёт внедрения новшеств, обеспечивающих качественный рост эффективности процессов в содержании и построении учебных курсов [8].

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЗДРАВОХРАНЕНИЯ: Цифровое здравоохранение – это отдельная подотрасль медицины, которая также обеспечивает поддержание, сохранение и укрепление здоровья граждан, включающая предоставление мед. помощи, используя, при этом, цифровые процессы.

Аналогично другим сферам, цифровое здравоохранение включает в себя поддержку развития цифровой медицины, производит цифровое преобразование, а также обеспечивает функционирование и развитие экосистемы цифровой медицины. Ставит своей целью оказывать медицинскую помощь, где нужно, когда нужно и как нужно (напоминает правила логистики).

Цифровая медицина состоит из научных знаний, способов диагностирования, методов лечения и профилактики болезней, принципов поддержания трудоспособности и продлению долголетия на основе

цифровой платформы здравоохранения, которая позволяет концентрировать в себе все необходимые, а главное корректные познания, при этом оставаясь доступной по востребованию медицинских сотрудников, использующих информационно-коммуникационные технологии. По сути, это и есть результат цифровой трансформации медицины [9].

В некоторых развитых странах цифровизация в медицине дошла до внедрения роботов-хирургов, роботов-сиделок, экзоскелетов. Существуют платформы, позволяющие врачам принимать более точные решения, благодаря искусственному интеллекту, а еще базы медицинских препаратов с информацией о сочетаемости, дозировании и противопоказаниях. Яркие примеры разработчиков таких технологий – это фирмы IBM Watson и Wolters Kluwer.

В России тоже есть такие примеры: Медико-хирургический центр имени Пирогова, к примеру, использует информационную систему, содержащую в себе комплексную информацию, дополняющуюся единой административно-хозяйственной платформой. На государственном уровне планируется создать систему обеспечения лекарствами для граждан льготных категорий. Уже запущена система ЕГИСЗ – единая информационная система с унифицированными электронными медкартами.

ЭФФЕКТИВНАЯ ЦИФРОВИЗАЦИЯ: Согласно экспертному мнению, при упорядоченной цифровизации основных отраслей к 2021г. появится возможность создавать добавочную стоимость 5-7 трлн. рублей в год, эта сумма близка к сумме дохода от нефтегазового сектора [10]. В РФ от 5 до 6 трлн рублей роста ВВП возможно получить от экономического эффекта реализации цифровой реформации уже к 2024 году. При планируемом вложении государства в размере 1,5 трлн рублей экономическая отдача составит порядком 4-5 трлн. рублей [11].

Ожидается, что на развитых рынка вложения в цифровизацию окупят себя быстрее, а это означает, что весомая часть инновационных инвесторов перенесут свои активы в зарубежные страны.

Для конкуренции с западными странами в процессе цифровизации нашей стране необходимо увеличить расходы на разработку и реализацию ИТ-технологий примерно в 9 раз, а также на технологические инновации – в 6 раз [12]. Количество исследователей в данной сфере должно увеличиться в 3 раза.

Повышение эффективности промышленного производства через цифровизацию достигается тогда, когда она используется в качестве одного из наиболее важных инструментов реализации экономической стратегии и промышленной политики государства и осознанно используется в таком качестве руководителями крупных корпораций на уровне реального, виртуального секторов экономики и сферы услуг. Это позволяет решать актуальные задачи повышения производительности труда, ускорения промышленного роста, выпуска товаров нового качества как штучного, так и массового производства [13].

На уровне общества цифровизация повышает качество жизни населения за счёт лучшего удовлетворения потребностей, при этом экономя временные, трудовые и финансовые ресурсы. Цифровизация положительно влияет на увеличение производительности труда. Товары становятся доступнее, а их продвижение легче и выгоднее. Экономические операции становятся «прозрачными» и их легко отслеживать.

На производственном уровне цифровизация исключает посредников, оптимизирует издержки. Все бизнес-процессы, в целом, ускоряются. Производства имеют возможность быстро реагировать на изменения рынка. Производство товаров и услуг становится более гибким.

При этом цифровизация увеличивает разрыв между развитыми и развивающимися странами. Количество профессий сокращается, растет безработица. Общество становится зависимо от цифровой техники, снижается активность образа жизни, ухудшается здоровье. Кроме этого, цифровизация создает угрозы безопасности персональных данных.

Цифровизация неизбежна. Ее эффекты можно ощутить уже в настоящее время. И если наша страна сможет совладать с этим трендом, то получит колоссальную прибыль и укрепится на мировой арене.

Литература.

1. **Бодрышев С. В., Кетцзи Д.** «Индустрия 4.0: реалии сегодняшнего дня», журнал «ИСУП», 2018;
2. Электронный источник: http://www.fingramota.org/teoriya-finansov/item/2198-chto-takoe-tsifrovaya-ekonomika;
3. Электронный источник: http://kremlin.ru/acts/bank/41919
4. Электронный источник: http://bit.samag.ru/uart/more/67
5. **Шерстобитов С., Галущенко А.** «Цифровизация экономики», журнал «БИТ», 2019;
6. Электронный источник: Investlab – информационный портал о личных инвестициях и финансах, «Быть готовым: какие сферы затронет цифровизация» https://invlab.ru/texnologii/kakie-sfery-zatronet-cifrovizaciya/
7. **Третьяков В.С., Ларионова В.А.** Открытые онлайн-курсы как инструмент образовательной деятельности в вузе, Высшее образование в России. 2016 С.55-56.
8. **Асташева Ю.В.** Теория поколений в маркетинге, Вестник ЮУрГу. Серия «Экономика и менеджмент» 2018 С. 108-113
9. **Карпов О.Э., Акаткин Ю.М., Конявский В.А., Микерин Д.С.** «Цифровое здравоохранение в цифровом обществе», 2016
10. **Банке, В., Бутенко, И., Котов, И., Рубин, Г., Тушен, Ш., Сычева, Е.** Значение цифровизации для отраслей экономики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://russiaonline.info/story/digitalization-impact (дата обращения: 19.04.2020).

11. **Ажигалиев, М.** Деньги на ветер или для воровства [Электронный ресурс]. - Режим достуш: https://tengrinews.kz/ kazakhstan_news/dengi-veter-dlya-vorovstva-nazarbaev-otpravil-dorabotku-326385/ (дата обращения: 19.04.2020).

12. **Дранев, Ю. Я., Кучин, И. И., Фадеев, М. А.** Цифровая экономика. Вклад цифровизации в развитие национальной экономики / Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, 2018. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://issek.hse.ru/news/221125086.html (дата обращения: 19.04.2020).

13. **Хореев А. С.** Проблемы производительности труда в России или догонит ли Россия своих партнеров? Инновационная наука, 2017, С. 211-216.

Петров В.С. студент ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Омаров М. М.

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАБОТЫ

Аннотация. Анализируются сферы применения виртуальных технологий, и в первую очередь, в образовании. Рассматриваются проблемы развития виртуальных технологий и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова. Цифровизация, виртуальные технологии, инновации, образование.

На сегодняшний день, становятся все более популярными различные инновационные процессы. Такие понятия, как инновации, инновационное развитие, инновационная сфера и многие другие стали очень обсуждаемыми, как среди бизнесменов и ученых, так и среди обычных людей. Понятие инновации надежно вошло в нашу современную жизнь и стало основным в развитии всех сфер жизнедеятельности человека: в бизнесе, в политике, медицине, военной промышленности и в образовании. Ни в один из предыдущих периодов развития человечества инновациям не уделялось столь пристального внимания, и никогда не было такого количества инновационных программ и технических решений различного уровня.

Основательно укрепились инновации и в сфере коммуникаций социальных субъектов. Высокая информационная наполненность, большие потоки информации, в том числе и рекламного характера, высококонкурентные рынки и изменение самой оценки информации со стороны общества, формируют у современного человека своеобразный «фильтр восприятия» через который все труднее донести информационное сообщение. Именно поэтому, в настоящее время, все более актуальны вопросы инноваций в коммуникациях и вопросы использования инновационных технических средств, которые позволяют донести

информационное сообщение до целевой аудитории наиболее эффективно, привлечь внимание, получить обратную связь.

В развитии и внедрении инновационных технологий, в том числе и в коммуникациях, заинтересованы как бизнес-структуры, так и государственные органы. В связи с этим в России создается огромное количество программ федерального значения. Среди таких программ наиболее значимыми являются:

1. Федеральная образовательная программа «Кибер Россия», направленная на подготовку специалистов и дальнейшее финансирование стартапов в области подготовки проектов с использованием технологий виртуальной, дополненной реальности и технологий блокчейна.

2. Государственная программа «Информационное общество», которая разработана для создания эффективной системы информационных технологий. Программы включают в себя все отрасли и сферы деятельности общества и нацелены на внедрение инноваций в данные сферы.

Проекты виртуальной реальности могут способствовать созданию не только новых рынков, но и расширять уже имеющиеся. Мы более подробно рассмотрим 3 потенциальные сферы применения технологий виртуальной реальности: видеоигры, здравоохранение, образование [1].

Объектом исследования выступает виртуальная реальность и ее потенциальные сферы применения. В основе исследования лежит: анализ литературы по данной тематике, сравнительный метод, исторический метод и формулировка выводов по результатам исследования. Целью исследования является определение наиболее популярной, средней и менее популярной сферы применения виртуальных технологий [2].

Виртуальная реальность — это созданный техническими средствами мир, который передается человеку через его ощущения: слух, осязание, зрение. Сфер применения виртуальных технологий огромное количество, но рассмотрим наиболее и наименее популярные из них и дадим характеристику каждой из возможных сфер применения. Краткие результаты по развитию виртуальных технологий в определенных сферах представлены в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Результаты исследования сфер применения виртуальных технологий

Сферы	Технология	Текущий годовой размер рынка	Прогноз роста рынка за год	Результаты к 2020 году, число пользователей	Прибыль	Результаты к 2025 году, число пользователей	Прибыль
Видеоигры	VR/AR	$106 млрд	$230 млн для рынка консольных игр; $150 млн для рынка	70 млн	$6,9 млрд	216 млн	$11,6 млрд

			ПК-игр				
Образование	VR/AR	$12 млрд – общий уровень продаж ПО для образования	200 млн учеников и студентов	7 млн	$0,3 млрд	15 млн	$0,7 млрд
Здравоохранение	VR/AR	$16 млрд – уровень продаж на рынке медицинских устройств	8 млн докторов	0,8 млн	$1,2 млрд	3,4 млн	$5,1 млрд
Проектирование	VR/AR	$20 млрд – общий уровень продаж ПО для проектирования	6 млн инженеров в мире	1 млн	$1,5 млрд	3,2 млн	$4,7 млрд
Военная промышленность	VR/AR	$9 млрд – затраты на ПО для подготовки военнослужащих	6,9 млн военнослужащий	Зависит от закупок оборудования	$0,5 млрд	Зависит от закупок оборудования	$1,4 млрд

Аналитики определили, что программы виртуальной реальности можно применять в разных сферах жизнедеятельности человека, независимо от специализации. Доля продаж в разных сферах к 2025 году представлена на рисунке 1 [3].

Рисунок 1 – Доля продаж в разных сферах к 2025 году

Для начала рассмотрим самый многообещающий рынок виртуальной реальности – эта сфера видеоигр. Ожидаемый объем рынка к 2025 году составляет 111,6 млрд долларов. Ожидаемое количество пользователей 216 млн., человек.

Виртуальная реальность целиком погружает пользователей в игровой мир. Сфера видеоигр для технологий виртуальной реальности занимает первое место, этому способствует постоянное развитие технических и программных разработок игровых проектов. Объединение игроков с нетерпением ждет появления новых виртуальных-технологий на массовом рынке. Согласно данным Goldman Sachs, в мире около 230 млн консолей и 150 млн игроков на персональных компьютерах. В список известных консолей входят Xbox, PlayStation и Nintendo Wii.

Основная трудность, которая может тормозить развитие данного рынка еще в большей степени – это высокая стоимость создания новых игр. Такие крупнейшие разработчики, как EA Sports и Activision, сообщили, что для создания новой игровой серии для виртуальной реальности необходимо потратить от $75 млн до $100 млн, – в то время, как для разработки игры из уже готовой серии требуется примерно $10 млн. Не все создатели игр хотят рисковать такими суммами.

По подсчетам Goldman Sachs, рынок видеоигр будет расти и может принести прибыль в размере $6,9 млрд в 2020 году и $11,6 млрд — в 2025 году. При подсчетах возможной прибыли они учитывали количество игроков, число игр, купленных клиентом за год, и стоимость каждой игры [3,4,5].

Вторая, по популярности, сфера применения виртуальных технологий – это сфера здравоохранения. Ожидаемый объем рынка к 2025 году составляет 5,1 млрд долларов. Ожидаемое количество пользователей 3,4 млн., человек. Варианты применения виртуальных технологий в медицине разнообразны:

- Лечение фобий;
- Лечение психических расстройств;
- Проведение виртуальных приемов;
- Изучение результатов компьютерной томографии и МРТ.

Возможная целевая аудитория насчитывает 8 миллионов докторов по всему миру, которые в своей работе могут использовать технологии виртуальной реальности. Данные были получены от организаций OECD, AMA и US Bureau of Labor Statistics. В США работает около 1,5 млн потенциальных клиентов технологий виртуальной реальности. Из них примерно 740 тысяч – лечащие врачи, 500 тысяч – терапевты и 240 тысяч – врачи скорой медицинской помощи.

Основные трудности, которые могут замедлить развитие виртуальных технологий в сфере здравоохранения – это сложность создания программного обеспечения и юридические трудности с передачей данных, содержащих историю болезни пациента.

По данным аналитиков, использование технологий виртуальной реальности в 2020 году принесет сфере здравоохранения доход в размере $1,2 млрд, в 2025 году – $5,1 млрд. Сегодня рынок профессионального использования технологий виртуальной реальности в сфере здравоохранения сильно проигрывает классическому аналогу, но со временем он будет набирать популярность. Большую часть доходов будет приносить продажа специализированных программ и технических решений. Стоимость подписки на год, на пакет программного обеспечения для решения подобных задач варьируется от $1 тысячи до $5 тысяч. Количество медиков, которые используют данные технологии с 2020 по 2025 годы возрастет с 0,8 млн до 3,4 млн человек [3,4,5].

Наименее популярной областью, где применяются технологии виртуальной реальности, является сфера образования. Ожидаемый объем рынка к 2025 году составляет 700 млн долларов. Ожидаемое количество пользователей 15 млн человек.

Виртуальные технологии в обучении позволяют повысить эффективность подачи материала – можно поместить человека в такие ситуации, которые сложно или дорого смоделировать в реальности; проанализировать, как человек будет действовать в нестандартной ситуации. В банковском деле сотрудники могут отрабатывать сценарии общения с клиентами. Компания Google бесплатно продвигает в школах свой проект Cardboard и к началу 2016 года готово уже более 100 учебных программ. Помимо школ, проектами виртуальной реальности интересуются многие медицинские образовательные учреждения.

Количество пользователей в развитых странах – 200 млн школьников и студентов, более 25% из них в США: 50 млн школьников и 20 млн студентов.

Технологии виртуальной реальности необходимо применять, в первую очередь, в сфере образования, так как образовательная система должна адаптироваться к усложняющимся процессам. Ученикам необходимо оперировать огромным количеством информации и новыми способами ее представления. Поэтому уже сегодня можно сказать, что специалисты виртуальной реальности будут востребованы как в будущем, так и сегодня.

Основная трудность, которая мешает развиваться рынку виртуальной реальности в сфере образования, является сложность в обновлении уже имеющихся образовательных программ.

Возможная прибыль от продажи программного обеспечения для школ и вузов была оценена в $300 млн в 2020 году и в $700 млн в 2025 году. По некоторым подсчетам, система образования потратит около пяти лет для закупки и введения в эксплуатацию 8 млн устройств виртуальной реальности [3,4,5].

Таким образом, виртуальная реальность продолжает развиваться и путей для развития множество. Выручка сегмента виртуальных технологий также продолжает расти, что видно из рисунка 2 [6].

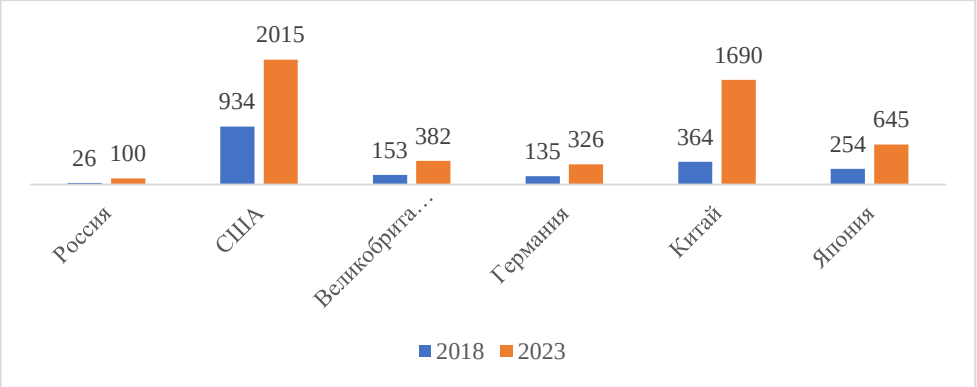

Рисунок 2 – Выручка сегмента виртуальных технологий в миллионах долларов

Виртуальные технологии – очень перспективное направление, как для исследования, так и для капиталовложений, поскольку такие технологии могут применяться повсеместно и использоваться в самых неожиданных областях нашей жизни. На сегодняшний день рынок виртуальных технологий недостаточно развит, но уже к 2025 году, аналитики предсказывают внедрение этой технологической отрасли в нашу повседневную жизнь. Время не прекращает свой бег и прогресс не стоит на месте. То, что буквально десять лет назад считалось фантастикой – теперь реально. Что уж тут говорить, если программно-вычислительные мощности современных домашних компьютеров в тысячи раз превосходят мощности передовых электронно-вычислительных машин конца прошлого века. Именно технологический прогресс дал возможность зародиться новой реальности – виртуальной. Бесспорно, виртуальные технологии – как и любые другие - несут с собой не только плюсы, но и ряд минусов, с которыми сталкиваются в каждой отрасли, где есть возможность применения виртуальных технологий. Сферы образования, здравоохранения, кино и сериалы, продажи, видеоигры, проектирование, военная промышленность все они являются перспективными направлениями внедрения виртуальных технологий. Каждая сфера с каждым годом изменяется, совершенствуется и прогресс не стоит на месте, поэтому обновление данных сфер является неотъемлемой частью в будущем. Отсюда появляется задача для человека разумного - использовать свой разум так, чтобы извлекать из новых достижений максимум пользы, но никогда не допускать, чтобы виртуальная реальность стала ему иллюзорной заменой реального мира.

Литература.

1. Виртуальная реальность // Режим доступа: https://otherreferats.allbest.ru/programming/00115452_0.html (дата обращения 20.03.2020)

2. Виртуальная реальность в нашей жизни // Режим доступа: https://studwood.ru/637300/sotsiologiya/vvedenie (дата обращения 22.03.2020)

3. 9 сфер применения виртуальной реальности: размеры рынка и перспективы // Режим доступа: https://vc.ru/flood/13837-vr-use (дата обращения: 24.03.2020)

4. Виртуальная реальность: окно в будущее [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://nsportal.ru/ap/library/nauchno-tekhnicheskoe-tvorchestvo/2017/05/12/virtualnaya-realnost-okno-v-budushchee (дата обращения 26.03.2020).

5. Перспективы развития виртуальной реальности // Режим доступа: https://vr-j.ru/stati-i-obzory/perspektivy-razvitiya-virtualnoj-realnosti/ (дата обращения: 27.03.2020)

6. Статья о развитии VR-технологий: где применяют, зачем VR бизнесу и какие устройства используют // Режим доступа: https://habr.com/ru/company/netologyru/blog/464997/ (дата обращения 27.03.2020).

Полевова Е.С. студентка ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

АННОТАЦИЯ. В данной статье раскрыто понятие цифровой экономики как сегмента экономических отношений. А также рассмотрены виды инструментов цифровой экономики.

Ключевые слова: блокчейн, большие данные, инструменты, интеллектуальные информационные технологии, интернет, интернет вещей, правительство, цифровая экономика, цифровизация, экономика.

Актуальность темы цифрового сегмента произошла в результате множественных изменений в общественной и экономической сфере. Новейшие технологии и системы позволяют системе менеджмента организаций и частным лицам сокращать трансакционные издержки взаимодействия в больших масштабах и реализовывать близкий контакт с хозяйствующими объектами и государственными структурами. В конечном итоге создается экономика, в основе которой находятся сетевые сервисы, то есть цифровая экономика. Сегодня цифровая экономика становится приоритетным направлением для всех стран. Формируются государственные программы развития цифровизации, поднимаются предложения о правовом регулировании и защищённости, проводится оценка уровня владения современными информационными технологиями, с помощью индексов цифровой грамотности [1]. Цифровая экономика взаимодействует со всеми сферами. Она предоставляет несметные преимущества правительству, гражданам, большому и малому бизнесу при качественном и своевременном развитии данной отрасли. Инструменты цифровой экономики постоянно внедряются в производство по всему миру, различные услуги можно оформить, не выходя из дома. Происходит сокращение цепочки посредников,

различные данные становятся ценным ресурсом. Понятие «цифровой экономики» многогранен и его суть остается размытой. Вследствие чего дано определение данного понятия, по мнению различных ученых, в том числе раскрыты основные инструменты цифровой экономики. Большие данные, искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей, облачные вычисления, интеллектуальные информационные технологии – все вышеперечисленные и прочие инструменты цифровизации повлияют на становление информационного общества.

Цель представленной работы - изучение видов инструментов цифровой экономики.

Объект изучения – цифровая экономика.

Предмет данного исследования – инструменты цифровой экономики.

Все сферы жизни, куда входит и экономическая, в разнообразной мере поменялись в связи с развитием информационных технологий. Цифровые технологии в быстрой динамике изменяют общество в лучшую сторону. Деловые взаимоотношения являются важной частью инновационно-ориентированной экономики будущего. В экономике прошлых лет поток информации был физическим: наличные деньги, чеки, счета-фактуры, накладные, отчеты, очные встречи, телефонные звонки, в современной экономике информация практически во всех формах сведена к битам.

Само понятие «цифровой экономики» приписывают американскому ученому Николасу Негропонте, который опубликовал свою статью «Being Digital» в 1995 году. Учёный рассматривал возможные недостатки практикующей модели производства-продажи товаров, сравнивая этот процесс с возможностью осуществлять эти же задачи виртуально, совершенствуя данный процесс на всех стадиях. На сегодняшний день данный термин используют по всему миру. Также он вошел в обиход политиков, предпринимателей, журналистов.

Цифровая экономика – это деятельность, в которой основными особенностями производства является информация, которая представлена в цифровом виде, а их обработка и использование в больших объёмах, а также в момент их создания, дает нам значительно увеличить эффективность, качество и производительность в разнообразных сферах производства, технологий, оборудования, при хранении, продаже, логистике и потреблении товаров и услуг [2].

Важным признаком в цифровой экономике считается высокая скорость. Рост скорости наблюдается повсюду, но в частности это относится к выполнению заказов, создания, получения или передачи информации. Мгновенная реакция осуществляется на каждом действии.

Огромными темпами наблюдается развитие цифровой экономики. По увиденным показателям финансистов, в скором будущем всех участников данного сектора ожидают большие «цифровые дивиденды». В их окружении замечен спад уровня безработицы, а также снижение издержек при производстве товаров.

Сейчас растет популяризация цифровой экономики как новейшей модели развития системы экономики. Вследствие роста численности населения и необходимости разнообразных ресурсов, электронная экономика имеет влияние на любой аспект жизни: медицина, промышленность, образование, политика, социальное обеспечение, культура и другое.

В общем, цифровизация представляет собой особую часть экономических взаимоотношений, созданных с помощью технических достижений, а также глобальных сетей и информационных систем.

Но цифровизация, как в принципе и любой процесс, неспособна существовать без использования таких важных элементов как технологии и инструменты. Они являются посредниками между государством и обществом, банками и предприятиями, урезая звенья контрагентов и повышая скорость принятия решений.

В этой работе делается акцент на инструментах цифровой экономики. В этом случае, инструментом является способ воздействия, создания или изменения объекта. Также инструмент необходим для достижения поставленных целей и задач.

Соответственно, важно создать классификацию, максимально представляющую все виды инструментов цифровой экономики. По выполняемым функциям инструменты цифровой экономики разделяются на две группы [3]:

– электронная коммерция;

– интернет-реклама.

Электронная коммерция подразделяется на облачные вычисления, большие данные и искусственный интеллект. А к интернет-рекламе можно отнести системы мониторинга.

По технологиям инструменты цифровой экономики можно разделить на следующие группы:

– создание новых бизнес-моделей;

– цифровые платформы и сервисы интернет вещей.

Создание новых бизнес моделей состоит из инструментов виртуальной реальности, робототехники и блокчейна. Интернет вещи относятся к цифровым платформам и сервисам.

Подобная классификация инструментов цифровой экономики на виды дает возможность создавать группы инструментов по разнообразным признакам, которые в полностью охватывает их деятельность.

Ниже приведены наиболее популярные инструменты цифровой экономики [4]:

1. Инструмент «большие данные». Данный термин был создан в 2008 году, притом, что большие данные существовали и ранее. Но, в связи с ростом мирового потока информации возникла необходимость в конкретизации такого огромного объема данных. Сюда входят большие объемы цифровой информации. Они поступаю достаточно быстро, и такая информация считается неоднородной. Такие объемы информации почти

невозможно изучить традиционными способами. Данный инструмент помогает организациям улучшать деятельность, а также дает возможность быстро принимать верные решения и качественно их реализовывать. Информация для данного информация собирается из множества источников, куда входит мобильные устройства и приложения, электронная почта, серверы и различные другие средства.

2. Инструмент «интернет вещей». Концепция интернета вещей возникла ещё в 1926 году. Идеология данной группы инструментов основана на улучшении продуктивности экономики, используя автоматизацию процессов в различных аспектах работы. В данном разделе речь идёт о конкретной сети, складывающейся из объектов, контактирующих друг с другом или с объектами внешней среды, не используя участие человека. Данная технология имеет особые преимущества в сравнении с другими технологиями [5]. Эти преимущества заключаются в распространении на потребительском рынке, в производстве и коммерции, к тому же для распространения интернета вещей уже существует готовая инфраструктура.

3. Инструмент «блокчейн». Первоначально блокчейн был внедрен в 2009 году. Данный инструмент используется для хранения информации, различных операций, соглашений и договоров. Иными словами, здесь делается акцент на хранении разнообразных данных, которые нужно верифицировать. Его главным отличием и достоинством является отдельный доступ, открытый всем участникам системы. При этом исключается возможность фальсификации данных без ведома других участников системы. Основная задача блокчейна – минимизирование нагрузки на работников, занимающихся рутинной деятельностью, из-за чего вероятна оптимизация труда.

4. Инструмент «интеллектуальные информационные технологии». В этой группе речь идёт о технологиях, способных обрабатывать разнообразную информацию. Для этого используются алгоритмы искусственного интеллекта. Инструмент ИИТ дает возможность регулировать и контролировать ситуации, которые подвластны лишь интеллекту живого человека. Считается, что ИИТ появились в связи с использованием в практической деятельности систем поддержки решений и искусственного интеллекта. Их симбиоз помог повысить результативность принятия решений. В конечном итоге любой случай можно было описать и воспроизвести наглядно. ИИТ отличается от других технологий способностью к самосовершенствованию. В наличии имеется база данных с конкретными решениями различных задач. К тому же они могут находить решения, опираясь на неполные данные и объяснять последовательность принятия данного решения.

Цифровая экономика предоставила максимальные возможности для одних и вытеснила других. Множество фирм оказались не готовы и не смогли адаптироваться. По результатам исследованиям MIT Sloan, компании,

приспосабливающиеся к цифровому миру, на 26% эффективнее, чем другие организации.

Главным фактором функционирования цифровой экономики является обеспечение информационной и экономической безопасности государства и бизнеса, защиты персональных данных и неприкосновенности частной жизни всех граждан в цифровом пространстве.

В ближайшем будущем конкурентное преимущество будет принадлежать организациям с наивысшим уровнем цифровизации. На сегодняшний день передовые игроки мира активно внедряют цифровые инструменты в разнообразных сферах экономики, а также финансируют строительство центров обработки данных и внедрение систем хранения сведений о бизнес-операциях и потребителях. Цифровые инструменты дают возможность объединить промышленное производство с индивидуальностью, уменьшить время от разработки идеи до реализации готовой продукции, дают возможность достигнуть эффективной кастомизации по требованиям потребителей. Теперь заказчик может повлиять на нужные аспекты товаров или услуг.

Цифровизация экономики помогает решить насущные социальные и глобальные проблемы, при этом упрощая коммуникации между государством, бизнесом и гражданским обществом, повышая качество социальных услуг, увеличивая производительность, совершенствуя новые возможности для предпринимательства и трудовой деятельности, получения образования, повышения и расширения профессиональных квалификаций, позволяя учитывать особые потребности социально-незащищенных групп, создавая новые возможности для социально значимых научных исследований и смягчать угрозы изменения климата, недостатка питьевой воды и продовольствия, нехватки энергии и др.

Литература.

1. Теоретическая экономия: реальность, виртуальность и мифотворчество / Моск. гос. ун-т, Центр обществ. наук. экон. фак.; под ред. Ю.М. Осипова, Е.С. Зотовой. – М.: Теис, 2000 –319 с.

2. **Юдина Т.Н.** Новый Домострой. Конституирующая универсальная перспективная экономическая система России / Т.Н. Юдина – М.: ТЕИС, 2015 – 448 с.

3. Информационный портал: РБК. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.rbc.ru/newspaper/2017/07/06/595cbefa9a7947374ff 375d4

4. **Истомина Т.В., Дунин В.О., Егоров В.А.** Проектирование и разработка интеллектуальной информационной системы поддержки медицинских учреждений // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2014. № 1 (17). С. 184-190.

5. **Садыкова Р.Ш., Абдуллина Л.А., Газизуллина Л.И.** Инновационные технологии в нефтяной промышленности: интеллектуальное

оснащение скважин // Актуальные проблемы экономики и права. 2013. № 2 (26). С. 94-100.

6. **Чернявская В.С., Самойличенко А.К.** Развитие метамышления субъектов дизайн-образования средствами рефлексивных информационных кросс-технологий // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 434-437.

Рагимов И.Р. магистрант ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

РОЛЬ ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В данной статье рассмотрена роль туризма в развитии региональной экономики. Данная тема в настоящее время особо актуальна. В наше время туризм постоянно развивается. В пределах Российской Федерации существуют большие перспективы развития региональной экономики при эффективном развитии туристической сферы.

Ключевые слова: региональный туризм, национальный туризм, региональная экономика.

В настоящее время национальный туризм перерос своё первоначальное значение и стал полноценным глобальным социально-экономическим явлением, оказывающим огромное влияние на экономику большинства стран мира. Помимо этого, у немалого количества государств, практически, вся экономика зависит от доходов в сфере туризма. Часть авторов замечает, что развитие туристической индустрии столь важно по следующим причинам: в регионе появляются новые рабочие места, увеличивается уровень жизни, в государстве появляется зарубежная валюта и, конечно же, возможность влияния на развитие туризма в районах ОЭСР. ОЭСР – это организация экономического сотрудничества и развития. Данная организация способствует развитию туризма по всему миру. Так как в случае появления глобального экономического кризиса развитие сферы туризма будет способствовать поддержанию национальной и региональной экономики [1].

Появление качества и доступности услуг в туристической сфере и увеличения уровня конкурентоспособности национальной сферы туризма является основным вектором социально-экономического развития государства. Вовлеченность государства в стимулировании улучшения туристической сферы в регионе и ресурсная основа являются главными источниками роста показателей в сфере туризма.

Помимо этого, основную роль в развитии отрасли туристической сферы играет инфраструктура, в первую очередь, транспортная.

К примеру, есть удивительный геологический памятник на горе Мань-Пупу-нёр в Троицко-Печорском районе Республики Коми России под названием «Маньпупунёр скальные образования». В связи с невозможностью регулярной транспортировки из-за проблем с наличием транспортных путей

в пункт назначением, цена экскурсии варьируется в районе 30000 рублей на одно лицо, что лишает данное место популярности.

Данное туристическое направление весьма перспективное, поскольку оно является одним из семи чудес России, хотя оно не очень хорошо известно на международном уровне и относительно не испорчено туризмом. Таким образом, плато требует крупные капитальные вложения. В Российской Федерации есть разнообразные госпрограммы, которые в том числе занимаются стимулированием туристической отрасли. К примеру, существует с 2013 года госпрограмма под названием «Развитие культуры и туризма», рассчитанная на 2013–2020 годы, цель данной программы заключается в популяризации российской культуры как духовно-нравственной основы развития личности и общества, а также развития туризма, общая сумма финансовой поддержки эта программа из федерального бюджета составляет 847 455 436,3 тыс. руб. И привлечение иностранных туристов в нашу страну, и популяризация путешествий по России среди наших россиян считаются еще одним примером государственной программы поддержки развития индустрии туризма - федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011-2018) [2]. Данная программа связана с внедрением туристических услуг Российской Федерации в мировой рынок, с увеличением качества товаров и услуг в сфере туризма и привлечением средств в данную сферу.

Между тем следует заметить, что уровень туризма в Российской Федерации довольно невысокий: по прошлогодним данным доля туризма в ВВП в РФ равняется 3,4%. Отчет о конкурентоспособности туризма и путешествий. Впервые был опубликован в 2007 году Всемирным экономическим форумом. Отчет ранжирует отдельные страны в соответствии с «Конкурентоспособность путешествий и туризма». Индекс, который состоит из четырех основных субиндексов:

1. Благоприятная среда.
2. Политика путешествий и туризма.
3. Инфраструктура.
4. Природные и культурные ресурсы и деловые поездки.

Так, согласно статистике, приведенной в «Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма 2015» в последнем опубликованном отчете, Россия заняла 45-ое место, а Испания завоевала лидерство. Принимая во внимание этот факт, нам необходимо заняться преодолением имеющихся проблем, к примеру, отсутствием инвестиционных ресурсов, технологической задержкой и дефицитом квалифицированных кадров. Есть еще одна важная причина, касающаяся не всей страны, а конкретных экономических субъектов, предлагающих услуги в сфере туризма. Речь идет не о туристических агентствах, а о конкретных туристических сайтах. В наше время в огромной части российских фирм отсутствует специальная система информационно-аналитического

обеспечения устойчивого развития, в связи с этим происходит резкое падение конкурентоспособности и экономической устойчивости в целом. Внедрение рационального механизма финансово-хозяйственной деятельности в фирме бесполезно без упорядоченной, эффективной системы анализа, получения, обобщения и формирования информации для реализации продуманных управленческих решений.

Туризм рассматривается как одна из самых перспективных областей роста с точки зрения мировой экономики. Всемирная туристская организация ожидает увеличения числа международных туристов на 4% в ближайшие 20 лет, то есть примерно с тем же темпом роста, что и в недавнее прошлое. С 1990 года ежегодный прирост международных прибытий около 4,3%. Мировой сектор путешествий и туризма вырос на 3,9 %, предоставив рекордные 8,8 триллиона долларов и 319 миллионов рабочих мест для мировой экономики в 2018 году, согласно ежегодному исследованию Всемирного совета по туризму и туризму (WTTC) об экономическом воздействии и социальной значимости сектора.

Производство и маркетинг туристических товаров, практически полностью отличаются от производства и маркетинга промышленной продукции. Специфические отличия туризм, в основном, представляют собой проблемы или ограничения, которые могут быть трамплином для увеличения качества продуктов при помощи инноваций. Отличия состоят в следующем: туризм создаёт и реализует комплекты продуктов, которые не являются материальными; туристические продукты не могут храниться; потребление туризма как продукции предполагает активное участие заказчика.

Совершенствование сферы туризма связано с перспективой развития транспортной системы, гостиничной инфраструктуры, наличием уникальных туристических маршрутов, а также рукотворных и естественных памятников искусства. С течением времени Западная экономика претерпела значительные изменения с точки зрения технологических изменений. Технологические изменения переходят к гибкому производству на основе информационных технологий с применением глобального аутсорсинга. Создание так называемых «dot.com» или нового экономического уклада, который тесно соответствует тому, что Шумпетер называет творческим разрушением существующих институциональных механизмов и моделей обмена в целях создания нового богатства через инновации.

Стоит отметить, что большая часть инноваций появляется в сфере услуг, при этом, практически, не затрагивая туристическую отрасль. На данный момент инновации в сфере туризма находятся только на стадии исследования, но в частных случаях появляется возможность применения инноваций из других сфер услуг. Это условия нужно запомнить при оценки инновационной деятельности в туристической деятельности.

Для инноваций в туристической сфере деятельности присущи следующие отличительные черты:

1) зрелый, сформированный рынок услуг;

2) развлекательная направленность;

3) незначительные, косметические изменения в продукте;

4) зависимость от мировых кризисов, глобальных чрезвычайных происшествий.

Растущая доля пожилых граждан в большинстве наиболее развитых экономик позволяет говорить о положительной динамике туристического потока. В качестве примера может послужить Китай, который является крупнейшим импортёром туризма в мире. С целью внедрения инноваций в туристическую сферу, определяются факторы успеха инноваций в данной отрасли. Для внедрения инновационной деятельности необходимо увеличение стоимости продуктов при учёте формирования более целостного и запоминающегося опыта туриста. Представленный постулат объясняется тем, что для потребителей восприятие высокой стоимости туристической услуги означает более высокий уровень качества предоставляемых услуг.

Когда турист проводит свой отпуск на определённой территории, то он не ограничивается потреблением только одной услуги, от разных поставщиков, которые работают сообща. В формировании туристического опыта участвуют большое количество поставщиков. В связи с этим имеет место быть вертикальное сотрудничество, так как совокупная оценка уровня качества в глазах туриста состоит из общего восприятия качества предоставляемых услуг. Для туриста под опытом подразумевается формирование положительного эмоционального опыта, который охватывает все этапы путешествия туриста: начиная с момента, когда он покидает дом, заканчивая тем моментом, когда туристу пора ему возвращаться. Под туристскими услугами понимаются персональные услуги, созданные факторами внутренней и внешней среды.

Одним из успешных примеров повседневно работающего туристического сайта, который рационально использует информацию о направлениях устойчивого развития и использует свой потенциал и ресурсы на приблизительном максимальном уровне, является ООО «Вотчина», реализующее проект «Великий Устюг». Круглогодичный приток туристов в Сочи обеспечил значительное увеличение занятости. В-третьих, государство оказывает большое влияние на развитие индустрии туризма, осуществляя различные программы [3]. И наконец, что немаловажно, важную роль играет учетно-аналитическая поддержка управленческих решений и объективная оценка его возможностей хозяйствующим субъектом как одного из ключевых факторов успешного функционирования туристического объекта, как в стране Экономика экономики региона часто зависит, а так же экономика региона зависит от состояния отдельных фирм. Улучшения в сфере туризма и создания мест для отдыха в регионах России имеет огромное значение в рамках полноценной национальной безопасности

Подводя итоги, можно выделить следующие методы стимулирования регионального туризма:

– появление и улучшение инфраструктуры туризма в соответствии с инициативами, находящимися в стратегических документах;

– увеличение привлекательности природных и культурно значимых объектов, повышение качества доступности транспорта к данным объектам, уход за прилегающей территорией и т.д.;

– маркетинг в сфере туризма, который занимается созданием товара, рекламной кампанией и итоговым сбытом на международном и отечественном рынке;

– создание исследовательской базы для улучшения сферы туризма в приграничных регионах России и согласование интересов власти, бизнеса и местных сообществ в процессе развития туризма и отдыха и т. д.

В связи с тем, что россиян всё чаще стали привлекать путешествия в другие государства, а не путешествия внутри страны, становится важным развитие в России уникальных туров и круизов, а также экологический, этнографический, медицинский и событийный туризм. Международные проекты, направленные на развитие туризма и отдыха в регионах Российской Федерации, могут решить или ослабить инфраструктурные, институциональные и организационные проблемы.

Литература.

1. **Балабанов И.Т.** Экономика туризма: Учеб. пособие [Текст] / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.

2. **Здоров А.Б.** Экономика туризма: Учеб. [Текст] / А.Б.Здоров. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 272 с.

3. **Ковынева Л.В.** Региональный туризм: монография [Текст] / Л. В. Ковынева; ДВГУПС. Каф. "Социально-культурный сервис и туризм". - Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2005. - 111 с.

Рооз М.О. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Алексина И.С.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. В данной статье рассмотрен промышленный интернет. Промышленный Интернет является наиболее важным аспектом в современном мире. Поскольку в настоящий момент происходит стремительное увеличение объемов выпуска различных новых гаджетов, девайсов, устройств, датчиков и другого подобного оборудования, то можно с уверенностью сказать, что рынок Интернета вещей неуклонно набирает обороты.

Ключевые слова: датчики, оборудования, самолёт, машины, промышленный интернет.

Наверняка сегодня многие наслышаны про так называемые концепции «умных» домов, «умных» городов, «умной» медицины и про различные другие «умные» разработки. Также сейчас может быть на слуху такое словосочетание как интернет вещей. Он представляет собой систему различных очень компактных и экономичных беспроводных интеллектуальных устройств, которые настолько малы, что могут быть включены в состав любого, окружающего нас, предмета, а от этого они становятся не только более практичными и удобными, но и полезными при использовании. Все это напрямую связано с так называемым Industrial Internet или, проще говоря, промышленным интернетом.

Итак, промышленный интернет – это все тот же интернет вещей, только используемый не в быту, а на производстве. Обобщая сказанное ранее делаем вывод, что ПИ представляет собой сеть разнообразных датчиков и интеллектуальных систем, благодаря которой становится возможным объединить оборудования различных сфер, например, электрические станции, самолеты, различные машины, оборудование, в совокупности представляющие индустриальный фундамент современного общества.

Сегодня человечество благодаря протекающему техническому прогрессу, глобализации пришло к тому, что стало возможным выполнение всей тягостной, рутинной, обыденной работы, которой раньше приходилось заниматься людям, роботами и различными другими автоматизированными и роботизированными устройствами и механизмами, управление которыми осуществляется с удаленного веб-сервера. «Всемирная паутина» оплела весь мир, что привело к ежегодному увеличению скорости передачи данных в интернете. На наших глазах происходит смена скоростной передачи данных посредством 4G-сети на 5G-сеть, благодаря которой теперь информация сможет передаваться практически без каких-либо временных задержек. Промышленный Интернет Вещей или сокращенно ПИВ является следствием развития вышеперечисленных технологий.

Если в нашей стране о существовании промышленного интернета вещей буквально еще несколько лет назад слышали лишь единицы, то сегодня ситуация меняется кардинально и на данный момент – это весьма актуальный тренд. Все чаще крупные интеграторы организовывают различные тематические семинары, где ПИВ становится горячей темой, так же, как и на инновационных форумах, выставках, посвященных инновациям, стоит сказать, что и различные государственные организации не отстают и используют ПИВ как основу для развития своих стратегий в долгосрочной перспективе.

Объектом исследования будет служить сам промышленный интернет и его применение в различных сферах жизни. В основе исследования будет лежать: анализ литературы по данной тематике, а также формулировка выводов по результатам исследования. Целью исследования является определение стадии развития промышленного интернета на сегодняшний день, а также рассмотрение сфер его применения.

В целом, индустриальный интернет (индустриальный интернет вещей, промышленный интернет, Industrial Internet of Things, IIoT) – это концепция построения инфокоммуникационных инфраструктур, предполагающая возможность абсолютно любых не бытовых устройств подключиться к Интернет-сети, однако, стоит отметить, что на этом возможности данной концепции не ограничиваются, поскольку она же предполагает не только использование Интернета, но и интеграцию различных устройств, сенсоров, оборудования, АСУ ТП (автоматизированной системой управлением технологическим процессом) между собой, что приводит при создании товаров и услуг к формированию новых бизнес-моделей[1]. На практике это выглядит следующим образом: все процессы на промышленном оборудовании полностью автоматизированы, управление ими осуществляется с помощью специального ПО, созданного на основе искусственного интеллекта, человеческий же фактор практически полностью исключается из работы [2].

При реализации такой концепции как промышленный интернет первостепенной задачей является повешение эффективности уже существующих технологических, а также производственных процессов, а также снижение капитальных затрат. Благодаря данной концепции высвобождаются некоторые ресурсы, которые участвуют при формировании спроса на различные решения в области промышленного интернета.

ПИВ, представляющий собой систему определенных элементов включает в себя следующие звенья, которые необходимы для его функционирования, а именно: производители ПО, операторы связи, производители различных устройств, датчиков и прочего оборудования.

На экономику страны, как и на отдельные организации значительное влияние оказывает внедрение индустриального интернета вещей, что, в свою очередь, способствует росту ВНП, повышению производительности труда, а также оказывает положительное влияние на условия труда и профессиональный рост сотрудников. Модель экономики, создающаяся в этот переходный период, основана на цифровизации производства и прочих традиционных отраслей, сборе, обмене и аналитике данных между всеми участниками, включенных в процесс производства.

Сейчас, можно сказать, что человечество вошло в эпоху новой технической революции, носящей название 4-ой волны инноваций. Предполагается, что в перспективе на будущее, цифровая робототехника будет заменять людей не только у станков, но и доставлять, например, в заданную точку на карте, еду, одежду и другие предметы людского быта, однако на этом возможности не заканчиваются, стоит сказать, что также появится возможность вовремя выявить, а затем и устранить какую-либо неисправность в автомобиле и, возможно даже, в недалеком будущем осуществить в космос запуск спутника.

ПИВ может охватить все сферы промышленности, поскольку его потенциал в производстве вещей под вкус конкретного заказчика ничем

неограничен. Наиболее же популярными областями для использования и применения индустриального интернета вещей являются: производство одежды, еды, медицина, тяжелое машиностроение, энергетика, горнодобывающая и нефтегазовая отрасли.

Немного статистики: *В июле 2019 года интернациональная аналитическая компания Gartner опубликовала отчет об исследовании потенциального рынка индустриального интернета вещей. Исследование именовалось следующим образом: «Магический квадрант для интернета вещей в промышленности». Результаты исследований показали, что к 2023 году число компаний, пользующихся IIoT может возрасти до 30%* [3].

Коснемся примеров, где уже сегодня используется концепция промышленного интернета вещей.

В сфере авиации:

На иркутском авиазаводе в июле минувшего году был запущен в тестовом режиме проект, носящий довольно амбициозный характер, «Индустрия 4.0» при поддержке министерства промышленности и торговли РФ. Демонстрационная модель воспроизводит полный цикл сборки авиалайнера МС-21 в, так называемом, виртуальном цехе. Прямо на презентации был запущен станок, который создает ключевую авиа-деталь любого самолета – крепежный болт [4].

В ходе авиасалона Фарнборо-2018 были продемонстрированы возможности платформы ПИВ, разработанной SITAONAIR, которые позволяют грузовым авиаперевозчикам – AirBridgeCargo Airlines (ABC) и CargoLogicAir (CLA) осуществлять оперативный мониторинг состояния чувствительных фармацевтических продуктов в режиме реального времени во время полёта.

Virgin Atlantic

Британская авиакомпания Virgin Atlantic подключила свои воздушные суда Boeing 787 к беспроводной сети. Именно благодаря данному решению технические службы воздушной гавани получают информацию о работе узлов самолета. Стоит отметить, что у новейших, из последних выпущенных авиалайнеров компании, к беспроводной сети подключены практически все важные элементы, в том числе двигатели, шасси и закрылки.

Rolls Royce

Британская компания Rolls Royce совместно с компанией Microsoft также применяет IioT-технологии, модернизируя авиационные двигатели. Специально установленные датчики внутри авиадвигателей собирают данные о том, как работают двигатели, сколько используется топлива, и анализируют другие показатели. Затем после проведенного анализа информации специалисты обрабатывают полученные сведения и выявляют неисправности.

В сфере энергосбережения:

Внедрение системы интеллектуальных счетчиков электроэнергии в Москве можно считать удачным примером реализованного проекта в

указанной области деятельности. Суть их работы заключается в следующем: в режиме онлайн все данные, снятые со счетчиков, передаются на центральный сервер компании, являющейся поставщиком данной услуги, оплата снятых показаний также происходит в режиме-онлайн через систему интернет-банкинга. Однако если абонент не оплатил в нужное время предъявленный счет, то подача электроснабжения автоматически блокируется для должника до тех пор пока тот не оплатит счет.

В сфере здравоохранения:

Компанией SAYMON была разработана платформа для здравоохранения, названная в честь компании [5].

SAYMON – это платформа мониторинга, на базе которой возможно осуществить построение современного медицинского учреждения. Поддержка прямого подключения различных температурных датчиков, приборов и контроллеров значительно ускоряет запуск системы и позволяет в кратчайшие сроки обеспечить:

- климат-контроль в палатах и помещениях медицинского учреждения;
- мониторинг информационно-технического (ИТ) оборудования и принтеров;
- уведомления о превышении заданных значений (например, температуры в помещениях);
- единый информационный экран с показателями эффективности работы (персонала, учреждения, оборудования);
- отображение объектов мониторинга на плане помещения или географической карте;
- неограниченное хранение всех записей за любые промежутки времени (зависит только от свободного места на дисках);
- базовую аналитику полученных данных и корреляцию различных событий друг с другом.

Стоит упомянуть лидеров индустриального интернета на сегодняшний день [6]:

- Tesla;
- Hitachi;
- IBM;
- Apple;
- Atos.

Рынок российского промышленного интернета вещей не стоит на месте. Например, технический комитет «Киберфизические системы» при Росстандарте в июне прошлого года открыл предварительный план действий для внедрения национальных стандартов в сфере ПИВ для общественных оценок и предложений. Благодаря таким проектам объемы экономии и, соответственно, дополнительные доходы в связи с применением инноваций 4-й волны оцениваются аналитиками в размере около 5 трлн. руб.

Итак, в общем случае промышленный интернет вещей является совокупностью сетей, которые состоят из различных коммутационных оборудований, датчиков, иными словами, из уникально идентифицируемых объектов. Эти объекты могут посредством IP-подключения взаимодействовать друг с другом без малейшего вмешательства людей. Отличительной особенностью этого определения является автономность устройств, то есть их способность к самостоятельной передачи различных данных, без непосредственного участия человека в этом процессе. Из ранее сказанного можно сделать вывод о том, что в этот сегмент нельзя включить такие современные устройства как смартфон или планшет, поскольку в их работе большую роль играет деятельность человека, иными словами, они не могут осуществлять какую-либо деятельность автономно.

Важным и первостепенным преимуществом или же, другими словами, главной получаемой выгодой от внедрения IIoT-технологий на уровне предприятий является рост эффективности труда. Также стоит отметить, что по подсчетам «Дойче Банк» (Deutsche Bank), являющимся крупнейшим банком в Германии, автоматизация процессов и их гибкая настройка может увеличить производительность на 30%.

Второй по важности выгодой от использования ПИВ является предсказуемость промышленной системы. Министерство энергетики США еще в далеком 2010 году заявило, что применение IIoT-технологий помогает сэкономить около 12% на плановом ремонте оборудования и около 30% – на общих эксплуатационных затратах, а избежать различных аварийных ситуаций практически в 70% случаев.

При применении индустриального интернета вещей подразумевается создать такое комплексное решение, которое бы могло позволить объединить производственные процессы с информационными. Такая задача для большинства предприятий является достаточно сложной, поскольку она является весьма новой и, как следствие, не до конца изученной. При решении данной задачи необходим учет большого количества факторов, например, таких как: нормативные базы, различные стандарты отраслей, технологическую безопасность.

В результате исследования были выявлены достоинства использования ПИВ.

Плюсы использования ПИВ:

– полная автоматизация производственных процессов;

– исключение влияния человеческого фактора;

– мониторинг работы предприятия в реальном времени в круглосуточном режиме;

– управление предприятиями с максимальной мощностью и минимальными затратами и минимальным количеством сотрудников – дистанционно;

– моментальный доступ руководства к любой информации о предприятии.

Стоит сказать, что в области искусственного интеллекта за последние полвека произошел огромнейший рост.

Промышленный Интернет является наиболее важным аспектом в современном мире, поскольку, собирая информацию с динамических систем, например таких как: станки, турбины, становится реально возможной оптимизация их работы, повышение эффективности использования, снижение уровня брака, а также уменьшение количества возможных простоев, например, из-за временной неисправности оборудования. Подчеркнем, что в этом случае можно изменять существующую бизнес-модель, применяя новые алгоритмы сбора, анализа и прогнозирования исходной информации, что, в свою очередь, поспособствует повышению выгоды от использования той или иной системы.

На сегодняшний день происходит тотальная интеграция промышленного Интернета вещей и бытового Интернета вещей. Развитие данной технологии приведет к глобальной телекоммуникационной инфраструктуре, которая сможет наладить и обеспечить выполнение большого количества процессов в автономном режиме, исключая влияние человеческого фактора. «Интернет вещей» возьмет на себя как бытовые проблемы человека, так и проблемы, носящие промышленный характер, чтобы тот, в свою очередь, мог использовать время более эффективно. Такие устройства смогут помочь человечеству оптимально и рационально распоряжаться такими ресурсами как свет, вода, тепло, что несет в себе еще и экологически положительную направленность.

Поскольку в настоящий момент происходит стремительное увеличение объемов выпуска различных новых гаджетов, девайсов, устройств, датчиков и другого подобного оборудования, то можно с уверенностью сказать, что рынок Интернета вещей неуклонно набирает обороты. Скорее всего, можно предположить, что уже к 2024 году практически на всех современных девайсах будут установлены датчики для выполнения задач устройством без участия человека.

Различные организации, как и современное общество в целом, продолжают выражать свою заинтересованность по отношению к Интернету вещей и возлагать большие надежды на развитие IioT-технологии.

Iiot-технологии изменят мир благодаря слаженному взаимодействию всех участников, вовлеченных в данный процесс – начиная правительства и заканчивая обычным пользователем различных устройств.

Все больше и больше физических предметов будут подключаться к сети и взаимодействовать друг с другом по мере развития промышленного интернета. IioT превратится в особенную инфраструктуру современного человека, где каждое действие будет подчинено искусственному интеллекту. В ближайшие 5 лет «Интернет вещей» будет содействовать повышению качества и уровня жизни человечества.

Литература.

1.Википедия [Электронный ресурс]: многояз. энциклопедия: https://ru.wikipedia.org/wiki/Промышленный_Ethernet (дата обращения: 27.03.2020 год)

2. Индустриальный интернет вещей перспективы российского рынка Семеновская Елена [Электронный ресурс]: https://www.company.rt.ru/projects/IIoT/study_IDC.pdf (дата обращения: 27.03.2020 год)

3. Информационно-аналитический сайт FUTURE2DAY [Электронный ресурс]: https://future2day.ru/iiot/ (дата обращения 26.03.2020 год)

4.Статья компании INTELVISION - системный интегратор и ИТ компания, специализирующаяся на SMART инженерных решениях [Электронный ресурс]: https://www.intelvision.ru/blog/iiot (дата обращения 26.03.2020 год)

5. Статья российского центра исследований и разработок SAYMON [Электронный ресурс]: https://saymon.info/iot-medicine/ (дата обращения: 27.03.2020 год)

6. https://web.archive.org/web/20120311020405/http://www.industrial-ethernet.org/ (дата обращения 26.03.2020 год).

Семёнова Д.Д. студентка ИЭУП
Научный руководитель – старший преподаватель НовГУ Афанасьева Е. С.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТУРМЕНТ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. В статье рассматривается процесс создания нового типа взаимоотношений как между потребителями, так и между компаниями и потребителями посредством внедрения социальных медиа. В настоящее время существует множество платформ, таких как Facebook, Instagram, Twitter, Вконтакте, которые предоставили возможность клиентам обсудить онлайн обзоры, рекомендации, неудовлетворенность в отношении различных аспектов, таких как качество или обслуживание клиентов и т.д.

В процессе анализа методологии внедрения социальных медиа в структуру рассмотрены функции, значение социальных сетей в ведении бизнеса, а также для обмена контентом и онлайн доступа. Теперь на смену конкуренции, которая была характерна для 20 века приходит новый инструмент, который позволяет общаться между людьми, компаниями со всего мира.

Ключевые слова. Социальные медиа, онлайн-маркетинг, тенденции, среда организационной структуры.

Социальные медиа объединили бизнесменов различных областей, отраслей из разных стран. Люди начали понимать, что выгоднее заключить

международное сотрудничество, чем в одиночку противостоять конкуренции. Благодаря сети Интернет, способы ведения бизнеса получили самую различную характерную окраску. Социальные медиа начали использоваться в маркетинговых стратегиях, благодаря этому принципы и структуры организаций изменились коренным образом. Появляется новое направление – маркетинг взаимоотношений. Теперь, главная задача – создать комфортную и благоприятную атмосферу вокруг потребителей для того, чтобы они чувствовали свою значимость в выборе продукта и остались на долгосрочное сотрудничество с компанией.

Мероприятия, которые дополняют традиционные стратегии продвижения в Интернете, такие как рассылки, по электронной почте и рекламные кампании в Интернете, поощряя пользователей распространять сообщения в личных контактах. Маркетинг взаимоотношений в социальных сетях ввел новый термин экспоненциального распространения и доверия к массовой коммуникации и массовому маркетингу. Благодаря этому новому подходу в области охвата и маркетинга новые инструменты разрабатываются и расширяются, в свою очередь, для предприятий. Маркетологи в социальных сетях в настоящее время замечают, что работа и анализ компаний становятся лучше и эффективнее, так как они внедряют аналитические приложения на официальном сайте социальной сети [1].

В современном мире технологии развиваются быстрыми темпами, так как увеличивается не только скорость распространения информации, но и каждый день появляются новые продукты на международных рынках. Инструменты воздействия производителей на потребителей постепенно теряют свою актуальность. Компании необходимо найти альтернативные способы для того, чтобы решить ситуации сильно растущей конкуренции, которые оказывают влияние на клиентов для того, чтобы их продукция участвовала в конкуренции, и способствовало росту объемов продаж.

Интернет-пространство в наши дни набирает большие обороты и охватывает огромное количество аудитории. Если говорить о маркетинге взаимоотношений, то интернет-маркетинг является его ядром - это структура практического применения и использования всех аспектов, которые были до нового передового маркетинга (традиционного маркетинга). С развитием социальных сетей появляются новые цели, такие как: цель продаж продуктов, услуг покупателям и управления взаимоотношения с ними. В 21 веке огромное количество интернет-пользователей зарегистрированных на различных социальных платформах. По социальному опросу, в конце января 2018 года медиа-агентство предоставили отчет о пользователях интернет-сети. Цифра на самом деле впечатляет, 4 млрд человек по всему миру используют Интернет (Таблица 1). Россия занимает седьмое место по количеству пользователей при этом занимая позицию выше, чем многие страны Европейского союза.

В таблице 1 представлен свод статистических данных по количеству интернет пользователей на 2017 год.

Таблица 1 – Количество интернет-пользователей

	Страна	Пользователи	% от населения
	Земля	3 885 567 619	51,7
1	КНР	738 539 792	53,2
2	Индия	462 124 989	34,4
3	США	286 942 362	87,9
4	Бразилия	139 111 185	65,9
5	Индонезия	132 700 000	50,4
6	Япония	118 453 595	94
7	Россия	109 552 842	76,4

Проанализировав данные таблицы можно прийти к выводу, что влияние социальных сетей на маркетинг взаимоотношений в России находится в стадии развития и является достаточно перспективным, т.к. Россия занимает седьмое место [3].

Стоит подчеркнуть основные тенденции в среде интернет маркетинга, которые нашли своё применение в Соединённых Штатах Америки и Европейских странах – они занимают лидирующие места. Медиа включают в себя категория мессенджеров – это новые перспективные направления и передовые технологии, которые идут в ногу со временем. Согласно статистике сегодня мессенджерами пользуются намного больше людей, чем 5 лет назад.

В таблице 2 представлен свод статистических данных по структуре рекламного рынка России в 2015-2018 гг.,%

Таблица 2 – Структура рекламного рынка России в 2015–2018 гг.,%

	2015	2016	2017	2018
Телевидение	45%	42%	41%	41%
Радио	5%	5%	5%	4%
Пресса	10%	8%	6%	5%
ООН	13%	11%	11%	10%
Интернет	27%	34%	34%	40%
Итого	100%	100%	100%	100%

При анализе полученных данных можно сказать, что более перспективная интерпретация на российском рынке – позиция «Телевидение».

Если говорить о сравнении России и зарубежных стран в рамках маркетинга взаимоотношений, то можно сделать вывод о том, что в России применение различных тенденций только набирает обороты. Соответственно, США и страны Европы развиваются намного быстрее в маркетинговой совокупности взаимоотношений, чем Российская маркетинговая система.

Среда онлайн-маркетинга создает ряд возможностей, а также проблем для практиков маркетинга в социальных сетях. Аудитория становится более

фрагментированной и активной, но, с другой стороны, у компании есть возможность комбинировать различные режимы и категории [5].

Социальные сети также позволяют предприятиям собирать, регистрировать, анализировать и использовать данные и отзывы клиентов, чтобы лучше ориентироваться на онлайн-аудиторию и настраивать ее сообщения. Фактически, специфические характеристики приложений для Интернета и социальных сетей делают внедрение интегрированного онлайн-маркетинга и неизбежным, и эффективным для онлайн-подхода. Факторы, связанные с затратами, социальное взаимодействие, интерактивность, целевые рыночные возможности и обслуживание клиентов – отличные возможности для организаций занять активную позицию реагирования и добиться успеха в маркетинге в социальных сетях. С другой стороны, недостатки в маркетинге в социальных сетях, такие как интенсивное время, проблемы с товарными знаками и авторскими правами, вопросы доверия, конфиденциальности и безопасности, пользовательский контент и негативные отзывы клиентов, являются основными барьерами, с которыми сталкиваются маркетологи социальных сетей.

Маркетинг отношений может включать пересмотр основных аспектов того, как компания ведет бизнес. Это может быть дорогостоящим, трудоемким и иметь серьезные последствия, как для клиентов, так и для сотрудников. Единственный способ осуществить маркетинговую стратегию отношений вдумчиво и эффективно – это следовать комплексному маркетинговому плану.

Компании должны сначала изучить демографические и исторические данные о своих клиентах, чтобы понять, кто они такие, что они покупают и как обеспечить их в долгосрочной перспективе. Компания должна понимать, почему потребитель возвращается к повторному бизнесу. Это главный вопрос, который отделяет Западные и Европейские страны. Существует тенденция думать, что клиенты возвращаются, потому что компания хорошо их обслужила, но, возможно, они возвращаются в магазин, потому что он ближе всего к их дому, или только один в этом районе, который хранит продукт, который они хотят купить. Анализ характера лояльности клиентов является лучшим методом разработки рабочего маркетингового плана взаимоотношений.

Располагая большим количеством клиентских данных, компания может начать сегментировать этих клиентов и разрабатывать уникальные маркетинговые стратегии для каждого сегмента. Клиент, который ценит ценность продукта, имеет другие качества, чем тот, у кого был полезный опыт обслуживания клиентов. Эти клиенты лояльны по разным причинам и требуют специальных стратегий маркетинга отношений.

После того, как маркетинговая стратегия была реализована, она требует постоянной оценки для определения ее успеха. Существует ряд жестких показателей, которые компании могут использовать для измерения того, удерживают ли они своих клиентов. Наиболее очевидным является

повторные продажи, но они также могут посмотреть, тратят ли клиенты больше, открывая электронные информационные бюллетени, ссылаясь на компанию друзьям или следуя за ними в социальных сетях. Все это показатели различных видов лояльности клиентов [2].

Существенные изменения происходят в том, как компании относятся к своим клиентам. Вчера крупные компании сосредоточились на массовом маркетинге для всех клиентов на расстоянии вытянутой руки. Сегодняшние компании строят более глубокие, более прямые и долгосрочные отношения с более тщательно отобранными клиентами. Вот некоторые важные тенденции в отношениях компаний и клиентов друг с другом.

В современном мире компании не выпускают новый продукт без обдуманно маркетинговых стратегий, но для этого необходимо расширять список возможных способов, которые помогут привлечь потребителей – это может быть как путь размещение рекламы в различных источниках, так и интернет-маркетинг. В наши дни больше популярность приобретает именно интернет-маркетинг, так как у него самая большая площадка для реализации творческих, уникальных, нестандартных идей. Становление развития маркетинга взаимоотношений в России является достаточно актуальной темой. В настоящее время очень многие инструменты, которые продвигают товары и услуги, уступают место интернет-маркетингу. В России недостаточно компетентных профессионалов, которые могут сформировать цепочку, которая приведет к увеличению продаж и наберёт огромное количество целевых потребителей [4].

Литература.

1. **Джонатан, М.** Дорогие Американские авиалинии: [перевод с английского] /Майлз Джонатан. – Нью-Йорк: Издательство Фантом Пресс, 2009 г. – 320 с.

2. **Ивасенко А. Г.** Разработка управленческих решений: Учебное пособие. – 2 - е изд. доп. и перераб. / А. Г. Ивасенко, Я. И.Никонова, Е. Н. Плотникова. – М.: КНОРУС, 2010. – 269 с.

3. **Котлер, Ф.** Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. – Москва [и др.]: Вильямс, 2012. – 488 с.

4. Bernard, Williams. Problems of the Self./ W. Bernard. Cambridge: Cambridge University Press, 1973, p. 82 – 100.

5. **Mintzberg H.** The nature of managerial work //New York. – 1973.

Семёнова Д.Д. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Субботина Т. А.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Аннотация. Статья посвящена совершенствованию маркетинговых коммуникаций на предприятиях туризма и гостеприимства. Цифровые технологии, используемые в маркетинговых коммуникациях предприятий туризма и гостеприимства, в ближайшем будущем будут направлены на создание новых форм взаимодействия с аудиторией.

В данной статье рассмотрено, как может помочь метод массового маркетинга в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций, который комплексно выполняет задачи. Определено, что для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций в индустрии туризма и гостеприимства жизненно важно инвестировать в новые цифровые каналы связи с нынешними и потенциальными клиентами.

Важность в изучении темы направлено на формирование новых форм отношений для исследования, а также новых возможностей для того, чтобы предложить щедрые выгоды для привлечения потребителей, а именно создать автономные и сетевые сообщества для укрепления бренда.

Ключевые слова: Цифровые технологии, маркетинговые коммуникации, бренд, туризм, гостиничный бизнес, эффективность, инвестиции.

Индустрия туризма и гостеприимства как соответствующий сектор играет одну из основных функций в мировой экономике, обеспечивая значительную часть глобального валового продукта.

Быстрое расширение индустрии туризма и гостеприимства обусловило необходимость развития современных информационных технологий для повышения качества туризма и гостиничных услуг. Однако внедрение цифровых технологий в маркетинговых коммуникациях предприятий туризма и гостеприимства противоречиво: методы расширения компаний из этого сектора недостаточно развиты. Отдельные особенности маркетинговых коммуникаций, которые характерны для субъектов индустрии туризма и гостеприимства, не полностью учитываются при использовании цифровых технологий. На практике эти факторы препятствуют целенаправленному развитию отрасли в долгосрочной перспективе [3].

Методологическая основа исследования включает следующие общенаучные методы:

1. Анализ и обобщение. При анализе текущих теоретических и методологических подходов и положений и научных разработок в отношении проблем, связанных с совершенствованием цифровых технологий в маркетинговых коммуникациях предприятий туризма и гостеприимств.

2. Структурно-логический метод. Метод, которые используется при систематизации факторов, влияющих на развитие предприятий отрасли.

3. Факторный анализ. Метод, используемый при определении влияния факторов на удовлетворенность клиентов качеством туристических и гостиничных услуг, при использовании цифровых технологий.

Информационная база исследования состоит из законодательных, нормативных и правовых актов, статистических данных органов государственной власти и местного самоуправления, научных публикаций российских и зарубежных ученых, посвященных использованию цифровых технологий в маркетинговых коммуникациях предприятий туризма и гостеприимства в долгосрочной перспективе.

В рамках исследования мы планируем разработать предложения по совершенствованию цифровых технологий в маркетинговых коммуникациях предприятий туризма и гостеприимства, обосновать стратегии развития предприятий отрасли и разработать концептуальные основы их развития с учетом использования цифровых технологий в маркетинговых коммуникациях.

Современная маркетинговая деятельность, осуществляемая предприятиями туризма и гостеприимства, демонстрирует доминирование концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эта концепция предусматривает планирование каждого из компонентов маркетинговых инструментов (реклама, стимулирование сбыта, PR, индивидуальные продажи, выставки, прямой маркетинг) в стратегии продвижения, а также поиска. За их наилучшее сочетание, обеспечивающее эффективное влияние коммуникационных программ на продвижение туристического и гостиничного бренда. Неотъемлемой частью современного комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций на предприятиях туризма и гостеприимства является цифровой маркетинг и его инструменты, предназначенные для привлечения многих видов маркетинговых инструментов цифровых аспектов для продвижения бренда.

Цифровой маркетинг является влиятельной областью, и нет такой тенденции, которая бы так быстро и значительно повлияла бы на индустрию туризма и гостеприимства, как цифровые технологии. Цифровой маркетинг в настоящее время составляет около 25% маркетинговых бюджетов в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Предприятия туризма и гостеприимства, использующие все цифровые каналы и средства связи, в среднем на 25% более прибыльны, чем другие предприятия отрасли. Поэтому в современных условиях в сфере туризма и гостиничного бизнеса специалисты по маркетингу должны быть компетентны в области цифрового маркетинга.

Необходимо различать понятия «электронный маркетинг», «интернет-маркетинг» и «цифровой маркетинг». В целом, электронный маркетинг – это отдельный вид управленческого процесса, который обозначает внедрение социальных аспектов направленных на удовлетворение всех участников туризма в Интернете при создании актуальных предложений по обмену

товаров или услуг с помощью информационных и коммуникационных технологий [1].

На начальном этапе развития интернет-маркетинга его часто определяли, как построение маркетинговых коммуникаций через Интернет. Однако это не индустрия, а просто маркетинговый инструмент со специальными свойствами. Интернет-маркетинг – это инструмент для решения определенных маркетинговых проблем, с которыми сталкиваются туристические и гостиничные предприятия, и не более того. Позже интернет-маркетинг начал понимать как новый тип маркетинга с тройными компонентами (продукт, дистрибуция, продвижение, маркетинговые исследования), реализованными с использованием цифровых и интерактивных

Интернет инструменты позволяют ускорить маркетинговые процессы в индустрии туризма и гостеприимства, снизить их стоимость и улучшить их качество. Интернет-маркетинг в настоящее время представляет собой совокупность мер, которые, в первую очередь, направлены на повышение рейтинга интернет-ресурса в сети, увеличение количества посетителей в Интернете и, как следствие, привлечение новых клиентов и расширение компании. Существуют различные подходы к определению интернет-маркетинга: от подхода к интернет-маркетингу как инструменту продвижения до идеи теории и методологии маркетинговой деятельности в новой среде гипермедиа.

Цифровой маркетинг стал современной формой маркетинга на фоне динамичного роста инструментов маркетинга и цифровых технологий на предприятиях туризма и гостеприимства. Цифровой маркетинг – это современный инструмент для продвижения туристического и гостиничного продукта, торговой марки или бренда по всем цифровым каналам (телевидение, Интернет, радио, мобильные телефоны).

Этот вид маркетинга тесно связан не только с интернет-маркетингом, но и с маркетингом взаимоотношений, который включает в себя несколько подходов, которые в дальнейшем позволит охватить целевую аудиторию. Кроме того, эффективно используются мобильный маркетинг, рекламные экраны, POS-терминалы, выставочные ЖК-стенды с презентациями, QR-коды в рекламных вывесках и журналах [2].

Основными инструментами цифрового маркетинга можно считать следующее:

– оптимизация сайта в поисковых системах, поисковый маркетинг, ориентированная на клиента стратегия развития предприятия туризма и гостеприимства по цифровому маркетингу в индустрии туризма;

– распространение электронных сообщений;

– создание сайтов;

–раскрутка услуг в интернете веб-кастинга;

– переписка с клиентами;

– вирусный маркетинг Интернет-сообщества;

– электронная рассылка экологического менеджмента и туризма.

Интернет, контекстная реклама, маркетинг в социальных сетях, трейдинг в реальном времени, вирусный маркетинг, создание имиджа предприятия туризма и гостеприимства, маркетинг видеосистем, партнерский маркетинг, ретаргетинг. Согласно данному исследованию, основные проблемы и возможности, которые влияют на маркетинговые коммуникации в индустрии туризма и гостеприимства, охватывают такие вопросы, как опыт работы с клиентами, оптимизация контента, маркетинг данных и мобильные приложения.

Кроме того, можно упомянуть следующие результаты:

– 60% предприятий туризма и гостеприимства, которые открывают блог, получают больше клиентов;

– 54% предприятий туризма и гостеприимства создают потенциальных клиентов с помощью социальных сетей;

– 55% интернет-пользователей ежедневно смотрят онлайн-видео.

Что касается главных приоритетов цифрового маркетинга, можно выделить таргетирование и персонализацию (31% респондентов), оптимизацию контента (29%) и использование социальных сетей (25%).

На основании анализа особенностей поведения потребителей туризма и гостиничных услуг было установлено, что они проводят гораздо больше времени в Интернете, особенно в социальных сетях. Информация, которую пользователи получают в социальных сетях, начинает играть все большую роль.

По этой причине отзывы и рекомендации о собственном опыте потребления могут побудить других пользователей актуализировать свои покупательские потребности или убедить их переоценить важность атрибутов туристического и гостиничного продукта и актуализировать новую потребность, т.е. информацию, циркулирующую в Интернете. а социальные сети существенно влияют на покупку туристических и гостиничных услуг.

Надежность представленных подходов подтверждается тем фактом, что цифровые инструменты в маркетинговых коммуникациях компаний позволяют им расширять свой бизнес не только с национального рынка, но и местного и в дальнейшем это позволит выводить технологии на международный рынок туризма и гостиничных услуг. Как мелкие, так и крупные туристические и гостиничные компании имеют одинаковые возможности конкурировать на рынке [4].

В отличие от традиционных рекламных носителей (печатные издания, радио, телевидение), выход на рынок через Интернет не стоит больших затрат. В отличие от традиционных методов рекламного маркетинга, цифровые технологии обеспечивают четкое статистическое представление об эффективности маркетинговой деятельности.

Они становятся все более популярными не только среди туристических и гостиничных компаний, но и среди обычных потребителей, которые хотят

продвигать свой сайт или блог и зарабатывать на этом деньги. Мобильные информационные услуги демонстрируют большой потенциал в качестве источника информации для клиентов о территории и в качестве высококачественного канала связи с поставщиками туристических и гостиничных услуг. Эти системы позволяют выделять более подробную информацию о достопримечательностях, жилых объектах, событиях, ресторанах и погоде, а также давать рекомендации соответствующим категориям посетителей с помощью SMS.

Персонализация доступа к информации и фильтрация контента в соответствии с возможностями пользователей, являются ключевыми требованиями при построении системы. Это особенно актуально при предоставлении мобильных услуг с ограниченными возможностями отображения данных. Система может использовать общепринятые методы, позволяющие рассматривать отзывы пользователей в качестве источников информации и повышать точность при низкой достоверности данных.

В целом, в ближайшее время цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях предприятий туризма и гостеприимства будут направлены на создание новых типов взаимодействия с аудиторией. Туристический и гостиничный продукт должен быть оригинальным и выделяться, иметь хорошую цену и, самое главное, положительные отзывы. Это способствует созданию конечного продукта, который потребитель захочет купить.

Для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций в индустрии туризма и гостеприимства крайне важно инвестировать в новые цифровые каналы связи с нынешними и потенциальными клиентами, строить новые типы отношений для открытия новых возможностей, предлагать щедрые бонусы за привлечение потребителей и создание, автономных и сетевых сообществ для укрепления бренда. Динамичное развитие цифровых технологий и Интернета, а также более высокий уровень важности качественной информации для успешного ведения туризма и гостиничного бизнеса, позволяют расширить спектр информационных услуг и сделать их гораздо более эффективными.

Литература.

1. **Архипова, О. В.** Форсайт-технология как основа проектирования профессий будущего в сфере культуры и образования / О. В. Архипова. – С.42–49.

2. Корпоративное управление в России: формирование и развитие комплекса интеграционных стратегий: монография / под общей научной редакцией И.В. Христофоровой. – М.: Издательство «Научный консультант», 2015 – 248 с. ISBN: 978-5-9906383-4-1

3. **Лебедева И.М., Федорова А.Ю.,** Макроэкономическое планирование и прогнозирование / И.М. Лебедева, А.Ю. Федорова; под ред. А.Ю. Федоровой. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 54 с.

4. Менеджмент туризма: учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, М50 Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М.: Федеральное агентство по туриз му, 2014. – 576 с.

Ситдикова Я.Ю. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Васильев С. В.

СУЩНОСТЬ ТЕРМИНА ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Аннотация. В данной статье рассмотрен термин цифровая экономика. Разнообразные авторы в понятие «Цифровая экономика» указывают на разные сферы и формы деятельности и вкладывают разнообразные критерии.

Ключевые слова: информационные технологии, коммуникативные технологии, традиционная экономика, цифровая экономика, цифровизация.

Научно-технический прогресс, в современной действительности, содействовал развитию хозяйственных правоотношений, сместившихся в сферу деятельности, которая связана с созданием, потреблением и распространением информации, или их выполнение преобразовывалось за счет улучшения информационных и коммуникативных технологий. Значительными темпами совершается трансформация традиционной экономики. Она переходит в цифровую экономику, подразумевающую использование новейших цифровых технологий в реализации экономического процесса. Цель данной статьи – это анализ термина «Цифровая экономика» и рассмотрение ее элементов, преобразующих хозяйственные правоотношения субъектов экономической деятельности.

Разнообразные авторы в понятие «Цифровая экономика» указывают на разные сферы и формы деятельности и вкладывают разнообразные критерии.

Первый раз понятие «цифровизация» в широком значении, которое напоминало изменения в установившейся парадигме, вызванные распространением цифровых технологий, использовал Роберт Вакхалови, который употребил термин цифрового общества в своей работе, которая была опубликована в 1971 году.

Считается, что Николас Негропонте в книге «Быть цифровым» дал определение термину «Цифровая экономика». В этой книге Негропонте пишет о перспективах формирования цифровой экономики, об объединении интерактивного и информационного мира развлечений в одну цифровую сеть, прогнозирует развитие цифровой экономики с дальнейшей цифровизациейА человеческой жизни и всех аспектов ее хозяйственной деятельности.

Т.Н. Юдина указывает на то, что инновационные технологии в нынешних реалиях реформируют хозяйственную и технико-экономическую модель экономики и касаются всех аспектов хозяйственной деятельности.

Тиранова и Евтянова в термин «цифровая экономика» вкладывают «автоматизированное управление хозяйством при помощи прогрессивных технологий; уклад, который основан на информационном управлении производственной системой» [5]. Авторы полагают, что главный компонент информационной экономики – это достаточный уровень используемой технологии, преобразующей правоотношения между субъектами, изменяя модель в сторону продвижения гибких схем организации, где регулирование совершается путем цифровых технологий.

Васильев в своей работе «Цифровая экономика, концепция и реальность» выделил главные компоненты цифровой экономики:

– инфраструктура, которая включает в себя телекоммуникации, аппаратные средства, ПО и др.;

– электронные деловые операции, которые охватывают различные процессы в бизнесе;

– электронная коммерция, которая подразумевает покупку вещей в интернете и является самым крупным сегментом цифровой экономики [3].

Сударушкина и Стефанова предлагают такое определение: «Цифровая экономика - следствие трансформационных эффектов новейших технологий всеобщего назначения в сфере коммуникации и информации, влияющие на все секторы экономики и социальной жизни» [7]. Итак, в этом определении касаются и хозяйственной деятельности, и социальной жизни. Из этого всего следует то, что цифровая экономика меняет уклад жизни отдельного человека или группы людей, а не только влияет на производственные предприятия и иные организации. Глобальные средства коммуникации дают возможность нам общаться посредством голосовой и видеосвязи по всему миру. Это приводит к росту коммуникации между индивидами, а также развитию деловых и личных взаимоотношений. Преобразовывается рынок труда, развивается удаленная работа. Важность личного контакта с человеком уменьшается.

Цифровая экономика влияет на разные отрасли. К важнейшим направлениям относятся:

– рост мобильности в удовлетворении потребностей клиентов, это помогает справиться с территориальной ограниченностью;

– можно хранить и обрабатывать большие объемы информации, что ведет к снижению издержек;

– популяризация сетевых эффектов, которые меняют цепочки создания цены.

– меняют систему отношений между потребителем и производителем.

Скорятина и Соболев считают, что «цифровая экономика – это следствие трансформационного эффекта последних технологий всеобщего назначения в области коммуникации и информации» [6]. Авторы делают акцент на факторе технологического развития и увеличение роли коммуникации и информации.

Ряд ученых выделяют то, что «Цифровая экономика» – это экономика, главной функцией которой является удовлетворение потребностей при помощи применения информации [4].

«Цифровая экономика – это совокупность отношений в обществе, которые складываются при применении цифровых технологий, изучение больших объёмов информации в целях оптимизации потребления, обмена, производства, распределения» [1].

Цифровая экономика дает новые перспективы в производстве бизнес-моделей для различных домохозяйств и предприятий. Домохозяйства имеют возможность конкурировать на одном уровне с предприятиями за рынки в условиях развития интернета, при этом, не регистрируя свою хозяйственную деятельность в учреждениях государственной власти и улучшая налоговую базу.

Но важно уточнить, что переход к цифровой экономике может нести экономические потери, которые связаны с сокращением занятости людей и исчезновением некоторых профессий.

Цифровые технологии воздействуют на три области в функционировании предприятия:

– особенность взаимодействия с клиентами (выявление их потребностей, введение разных каналов связи);

– улучшение операционных процессов;

– модель работы предприятия (какие товары или услуги предприятие поставляет и на какие рынки).

Интернет является важнейшей частью цифровой экономики. В 1969 году был создан Интернет в США. Для частных предприятий и домохозяйств интернет стал доступен лишь в 1990-х гг.

Сейчас интернет вещей возможен благодаря прогрессу в области мобильных инноваций. В 2014 году произошла мобильная революция – впервые количество пользователей, которые использовали интернет при помощи мобильных технологий, было больше числа пользователей, которые используют стационарные компьютеры.

Новейшие цифровые технологии присутствуют почти во всех аспектах нашей повседневной жизни. Есть такая точка зрения, что интернет вещей приведёт к большой революции, чем мобильные технологии и Всемирная паутина. Цифровые технологии в большой мере воздействуют на действия и ожидания потребителей, оказывают влияние на рыночную конкуренцию, ведут к разработке ранее не существовавших бизнес-моделей хозяйствования. Большое значение для всех членов процессов, происходящих в экономике, имеет гарантия безопасности процесса создания, обработки, хранения и передачи данных, что приводит к необходимости учета различных рисков и совершенствования технологий в области кибербезопасности.

Литература.

1. Развитие цифровой экономики в России: программа до 2035 года [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf
2. Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 –2030 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/
3. **Василенко Н.В.** Цифровая экономика: концепции и реальность / под редакцией доктора экономических наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2017.
4. Введение в «Цифровую» экономику /В.Г. Буданов, А.В. Кошелева и др. – ВНИИГеосистем, 2017.
5. **Евтянова Д.В., Тиранова М.В.** Цифровая экономика как механизм эффективной экологической и экономической политики. – 2017.
6. **Соболев Р.К, Скорятина Е.А.** Особенности формирования и становления цифровой экономики/ под редакцией доктора экономических наук, проф. А.В. Бабкина.– СПб.: Издательство Политехнического университета, 2017.
7. **Стефанова Н.А.,** Сударушкина И.В. Цифровая экономика АНИ: экономика и управление. – 2017.
8. **Юдина Т.Н.** Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. – 2016.

Степанов В.С. магистрант ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУТимофеева Р. А.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ТУРИЗМЕ

Аннотация: В данной статье рассматриваются риски в сфере туризма, особенности данных рисков, рассмотрена классификация рисков, а также основные направления минимизации рисков.

Ключевые слова: риски, управление рисками, туристические риски, риски в сфере туризме.

В настоящее время в условиях рыночной экономики довольно актуальной остается проблема управления рисками и их оценки, которая приобрела самостоятельное теоретическое, а также прикладное значение в теории и практике менеджмента. Стоит добавить, что большая часть управленческих решений принимается тогда, когда организация находится в условиях риска, что подтверждается влияниями таких факторов как отсутствие точной и полной информации и других.

Риск – это довольно новое понятие в российское науке, потому что в условиях административно-командной системы управления, которая

десятилетия существовала на территории нашей страны, не было и речи о ситуациях неопределённости, которую старались нивелировать две мощные структуры, Госплан и Госснаб СССР, и их деятельность априори исключала выбор альтернативы. С созданием в России рыночной экономики появились и условия для рискованных ситуаций [1]:

– усиление частичной и даже полной неопределенности;

– выбор явных и неявных альтернатив;

– необходимость оценки вероятностей реализации выбранной альтернативы.

В настоящий момент существует общая концепция риск-менеджмента, которая постоянно совершенствуется в предпринимательстве. Некоторые аспекты данной концепции, применяются не только во всех сферах деятельности, но и в том числе в туристической отрасли. Также необходимо помнить о том, что есть некие специфические особенности рисков в туризме. Данные риски изучены мало, они обширны, а также тяжело управляемы. В Российской Федерации изучение проблем риск-менеджмента в сфере туризма носит особенно важный характер, потому что ввиду специфики общеэкономической ситуации, такая отрасль, как туризм, находится в нелегком положении, например, туристические организации закрываются из-за высокого уровня внешних рисков. Вследствие этого образовалась необходимость создания целостной модели управления рисками в сфере туризма, а также развития индивидуальной, собственной системы риск-менеджмента в каждой организации, которые оказывают туристические услуги.

Разносторонняя деятельность организаций, в том числе и в туристической отрасли, на протяжении всего жизненного цикла, в любом случае, связана с рисками, включая идентификацию, последующую классификацию и выбор метода работы с тем или иным риском. Несомненно, туристическая деятельность представляет одно из наиболее рискованных видов в области оказания услуг.

Исследовав аспекты риск-менеджмента в туризме, необходимо разделить предпринимательские риски, которые могут быть минимизированы посредством применения эффективного менеджмента в организации, и риски туристов, осуществляющих поездки, снижение которых призвана реализация механизма страхования [2].

Риски в туризме имеют такие особенности, как:

1. Управление и оценка рисков. Данный аспект должен применяться на основе специализированных, отраслевых, профессиональных знаний на научной основе, применяя методы, результаты исследования гуманитарных наук – права, информационных технологий, менеджмента, экологии и др.;

2. Деятельность в сфере туризма непременно связана с некоторыми обстоятельствами, такими как, природные катаклизмы, которые по своей значимости независимы от самого человека. Отметим, что именно такая

группа рисков прямо связана с финансово-экономическим риском, который воздействует на экономическую деятельность организаций в сфере туризма;

3. Туризм имеет огромный спектр направлений. Отдельные из них связаны с риском для жизни и здоровья человека, то есть, к организаторам должны предъявляться жесткие требования;

4. Повышенный риск;

5. Кратковременность;

6. Высокий уровень неопределенности момента наступления страхового случая и размера вероятного ущерба;

7. Большой риск социально-экономического ущерба туристам, организациям, государству [3].

Для эффективного управления рисками в сфере туризма в первую очередь необходимо идентифицировать факторы риска, представляющие собой совокупность предпосылок, которые повышают вероятность рисковых ситуаций. Более подробно риски в сфере туризма представлены на рисунке 1.

Изучая и оценивая туристические риски, можно применить несколько различных схем, учитывая, как российский, так и зарубежный опыт, они могут быть представлены в форме двух методов: объективном и субъективном.

Объективный метод применяется в деятельности страховых компаний, он базируется на исчислении частоты, с которой происходит то или иное событие. Экспертные методы применять сложно, но они помогают количественно оценивать, переводя модели суждения на язык риск-менеджмента [4].

Стоит отметить методы, которые применяются туристическими организациями:

1. Бенчмаркинг;

2. Вероятностные модели;

3. Невероятностные модели.

Управление рисками в сфере туризма базируется на стратегии самой организации, оказывающей туристические услуги, а также на ее возможности принять определенную степень риска. В качестве упреждающих возникновение рисков всех трех типов ходов туристической компании помимо, эффективной корпоративной системы прогнозирования и предварительной оценки рисков можно выделить такие, как:

– Дифференциация предложения. Большинство крупных туристических операторов, как в Российской Федерации, так и за рубежом на сегодняшний день превращаются в многопрофильных игроков рынка, которые пытаются снизить зависимость бизнеса от риска отдельной дестинации, охватить как можно больший сегмент потребителей, получить возможность для новаторства. Риск дестинации зависит от тех мест, которые посещает турист, и формируется комплексным влиянием имеющихся на данной территории известных факторов, т. е. экономикой, социумом, эпидемиологией, экологией и т. п.

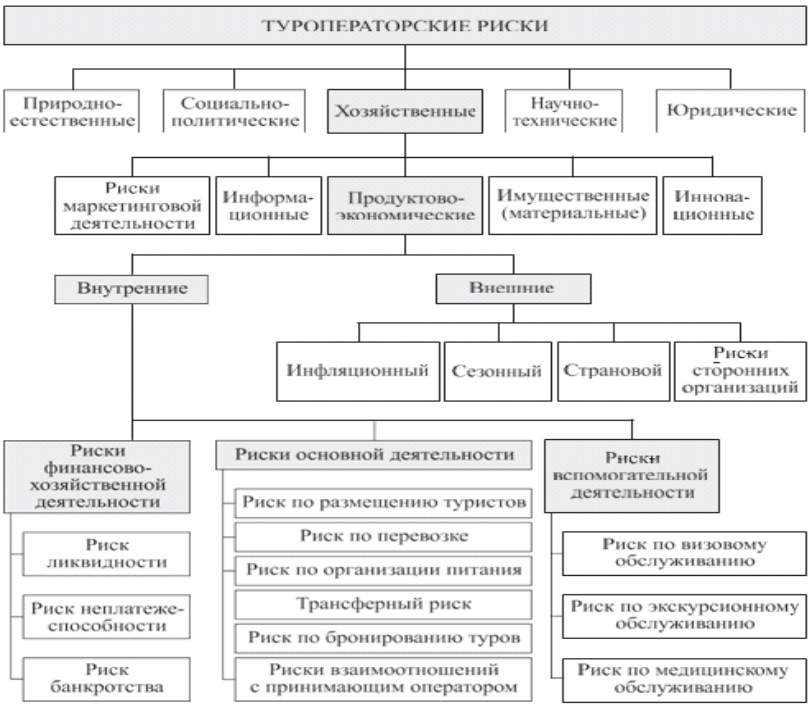

Рисунок 1 – Классификация рисков в туризме

– Диверсификация бизнеса. Это процесс подразумевает собой распределение капитала между различными объектами вложения. В Российской сфере туризма лишь некоторые туристические организации, которые сокращая, в первую очередь, потребительские и производственные риски решаются на такой шаг, как участие в бизнесе поставщиков, в том числе и иностранных. Главная цель данной диверсификации – максимальное снижение сезонных доходов, увеличение производительности труда, и, несомненно, применение возможности наработанной клиентской базы.

– Консолидация отрасли. Такой аспект, как консолидация отрасли, подразумевает собой укрупнение ее участников, что приводит к большому влиянию организаций на рынок, а также способствует реструктуризации рисков, что позволит распределять их между партнерами более эффективно.

– Страхование. Страхование заключается в активизации сотрудничества туристических и страховых компаний, в переносе части или полного риска туроператора на страховщика, так называемого делегирования. Страхование – это один из наиболее действенных и доказавших высокую эффективность инструмент сокращения рисков в туризме [5].

Таким образом, для того, чтобы предотвратить неблагоприятные последствия в деятельности организаций сферы туризма, избежать их банкротства и ликвидации, в первую очередь необходимо комплексно оценить данные риски. Сама по себе проблема рисков в сфере туризма включает в себя последствия, которые они повлекут за собой и также классификацию рисков по вероятности их наступления. Для предотвращения неблагоприятных последствий от реализации рисков в сфере туризма следует

обратиться к апробированным методам минимизации данных рисков, а именно: диверсификация бизнеса, консолидация отрасли, страхование, дифференциация предложения.

Литература.

1. **Балабанов И. Т.** Риск-менеджмент / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1996. -192 с.

2. **Биржаков М.Б.** Введение в туризм: Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательской дом Герда, 2007. – 576 с.

3. **Журавлева Д.В.** Риски в сфере услуг. Турбизнес. – 2007. – № 12. – с. 10-13

4. **Капустина Н.В.** Совершенствование систему управления рисками в менеджмента организации / Н. В. Капустина // Экономика образования. – 2014. – № 4. – С. 143-144.

5. **Рыхтикова Н.А.** Анализ и управления рисками организации: учебное пособие / Н. А. Рыхтикова. – 2-е изд. – М.: Форум. – 2014. – 240 с.

Тимофеева С.В. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент НовГУ Алексина И.С.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ

Аннотация. В статье рассмотрены важные аспекты развития цифровой экономики и проблемы ее внедрения. Предложена необходимость формирования устойчивой и развитой институциональной среды как важной предпосылки становления и развития цифровой экономики региона.

Ключевые слова. Цифровая экономика, цифровая инфраструктура, институциональная среда.

Сейчас, в современном мире, наверно сложно представить себя в любой сфере деятельности, будь то работа, личное пространство, либо государственная структура без современных технологий. В статье рассмотрим именно цифровые технологии, с приходом которых количество потоков данных растет, даже не линейно, а экспоненциально, в связи с этим рассмотрим формирование цифровой экономики и ее влияние на управление. Процессы, которые затрагивает цифровая экономика, становятся глобальными, появляется потребность в разработке принципиально нового типа цифровой экономики, где главенствующую роль играло бы именно производство, а так же обработка, хранение, передача и использование прогрессивно увеличивающегося объема данных. Объектом анализа становятся те самые важные данные, которые исследуют современные экономические системы. Как известно в настоящее время важным становится данные, а именно их наличие о конкретном ресурсе и в дальнейшем об

иррациональном использовании этого ресурса, с дальнейшим планированием их правильного использования в деятельности предприятия.

Экономика является фундаментом развития в целом, и оказывает влияние на банковскую сферу, транспортную среду, энергетическую область, торговлю, здравоохранение и образование.

Интернет вещи (Ilot), большие данные (Bdate), использование мобильных устройств и всевозможных девайсов все эти объекты способны преобразовать способы социального взаимодействия, экономические отношения, институты. Предприятия стараються скооперироваться, чтобы совместно решать определенные задачи.

Объектом исследования выступает цифровая экономика. В основе исследования лежит изучение влияния цифровой экономики на управление

Цифровая экономика положительно сказывается на управление, повышая при этом бесспорно каждый фактор.

Развивать систему управление можно за счет внедрения

– новых ЭВМ;

– нового программного обеспечения;

– переход на более скоростные мобильные сети и интернет;

– использовать банковские терминалы;

– удаленно производить транзакции.

. Цифровая экономика позволяет предприятию.

– Удаленно управлять предприятием;

– Быть конкурентоспособным на рынке;

– Получать новые знания в сфере цифровизации;

– Новые модели в сфере ведения бизнеса;

– Новые рабочие места;

– Расширение сфер предприятия;

– Расширение коммуникаций;

– Снижение расходов;

– Помощь государству в снижении вреда природе;

– Теоретические аспекты развития цифровой экономики.

Цифровая экономика положительно сказывается на производстве товаров и оказания услуг, связанных с цифровыми технологиями. Статистика говорит об повышение таких показателей как: устойчивом росте мировой торговли продуктами цифровой экономики (в среднем, рост составляет около 4%), опережающими темпами растет объем оказываемых услуг (до 30% в год). В последнее время множество предприятий затрачивают средства на исследования, связанные с цифровыми технологиями и возможностью управлять процессом работы предприятия за счет цифровых средств, что свидетельствует о ключевой роли цифровой экономики в организации работы предприятия. Повсеместно разрабатываются и вводятся новые мобильные сети 4G и 5G, оптоволоконные сети, которые имеют более высокую стоимость по сравнению с предыдущими аналогами при меньшей стоимости затрат. В связи с этим появляются больше мобильных

приложений и возможностей их использования, что в конечном итоге, позволяет прогнозировать все больший охват и развитие цифровых технологий в мире.

Предприятие, которое является конкурентоспособным и современных условиях необходимо внедрять цифровые технологии, обладающие потенциалом для ускорения инновационных процессов. Для работы предприятия, скорости реакции и управления предприятием следует внедрять такие аспекты как ЭВМ, ПО, так же следует учесть обучение персонала для работы на новых современных цифровом оборудовании.

Примеры управления организацией с помощью цифровых технологий сейчас можно встретить повсеместно, транзакции с помощью банковских карт, бесконтактные способы оплаты, использование месседжеров вместо мобильных сетей, блютуз технологии, коммуникационные связующие.

Сейчас многие предприятия и государства, внедряя цифровую экономику, преследуют, такие как снижение уровня безработицы, борьба с бедностью, деградация окружающей среды. Современные национальные цифровые стратегии касаются вопросов развития экономики, создания инновационных предприятий, повышения занятости населения, формирования эффективного общественного сектора.

На сегодняшний день цифровая экономика в сфере информационных технологий в основном сосредоточена на электронной промышленности, а именно разработке нано-технологий, микрочипов, ЭВМ и других устройств.

Так же в последнее время на рынке все часто компании в сфере услуг, предлагают свои знания в использовании цифрового оборудования.

Сейчас основополагающим в экономическом управлении предприятием сосредоточена на работе с данными и использования информ.-конммуникационных систем в процессе управления. Транзакции являются обменом данными и их интерпретацией, от которой в дальнейшем будет зависеть характер взаимодействий, что приведет к формированию новых взаимоотношений участников, новых правил поведения, перераспределения ценностей.

Методологические аспекты анализа цифровой экономики

Измеряется развитие цифровой экономики с помощью индикаторов, которые разделены на направления:

- высокие технологии в сфере экономики;
- разработка новых научных проектов, нового ПО, новых моделей оборудования, обучение и переобучение кадров и специалистов;
- разработка и внедрение подготовленных кадров в сферу информационных технологий;
- внедрение и пуско-наладка нового информационно оборудования; показатели кооперации между корпорациями, венчурными фирмами, университетами и научно-исследовательскими организациями;
- международные потоки знаний, международное сотрудничество в области науки и инноваций;

- мобильность ученых, инженеров, студентов;
- динамика распространения интернета;
- доля высокотехнологичной продукции в международной торговле.

Выделяют 4 критерия анализа цифровой экономики:

- критерий, связанный со сферой занятости;
- пространственный критерий;
- технологический,
- экономический.

Все эти критерии имеют самый положительный исход при взаимодействии всех из четырех критериев. Хотя есть мнение, что именно количество и время, уделяемое цифровой экономике в сфере обработки данных позволило воспроизвести качественно новые социально экономические отношения.

Цифровые технологии позволяют обледенить в себе конечных потребителей, поставщиков, разработчиков, производителей, науку, менеджеров. Появляется взаимодействие между всеми звеньями производства, что позволяет выявлять ошибки даже на стадии проектирования и обсуждения конечного продукта, появляются возможности внесения изменений на любой стадии производства. Тем самым улучшается качества продукции, обеспечиваются пожелания конечного потребителя, для предприятия уменьшается процент брака и увеличивается количество покупателей.

Информационные технологии не стоят на месте, прогрессируют и у предприятий появляется возможность выхода на новый уровень управления предприятием. Новые системы позволяют сократить время на анализе и поиске ошибок в управлении, позволяют автоматизировать весь процесс управления, вплоть до принятия решений без участия руководства. Современные базы данных способны анализировать и делать прогнозы экономических процессов.

Развитие цифровой экономики обеспечивает возможность новых коммуникаций. Мобильные сети и интернет позволяет развить коммуникации на предприятии и за его пределами, упрощается поиск кадров, материалов, партнеров, упрощается обучение и повышение квалификаций, реализация новых возможностей (услуг, инноваций).

Важное значение имеет развитие цифровых технологий в государственном секторе экономики. Чаще предприятия и сервисы, нацеленные на оказание государственных услуг зачастую рассматривают как средство снижения расходов, обеспечивающее при этом более эффективные услуги гражданам и бизнесу, а также являющееся частью усилий правительства по сохранению окружающей среды. Цифровое правительство и инновационные технологии могут обеспечить эффективное участие государственного управления в формировании устойчивого развития. Цифровое правительство позволит государственным органам оказывать более качественные услуги и быть более открытыми для населения.

Среди предпосылок развития цифровой экономики в России можно выделить несколько аспектов.

- Система образования в России имеет колоссальный потенциал для подготовки кадров в сфере цифровой экономики, что позволить заменить физический рутинный труд на менее трудозатратный, работу будут выполнять машины, а человек следить и налаживать их.
- оригинальные организационно-технологические решения по созданию эффективной инфраструктуры цифровой экономики.
- интеграция и развитие конкретных кейсов на базе современных принципов цифровой экономики создаст синергетический эффект и приведет к общему росту экономики России.

Литература.

1. **Авдеева И.Л.** Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом // В книге: Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы труды научно-практической конференции с международным участием. 2017. С. 19-25.
2. **Варнавский В.Г.** Цифровые технологии и рост мировой экономики // Друкеровский вестник. 2015. № 3 (7). С. 73-80.
3. **Гуляев П.В.** Проблемы эффективного использования информационного ресурса в экономике // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 32. С. 10-14.
4. **Дагаев А.А.** Экономика знаний в информационном обществе // Информационное общество. 2008. № 5-6. С. 40-42.
5. **Джулий Л.В., Емчук Л.В.** Информационные системы и их роль в деятельности современных предприятий // В книге: Perspective economic and management issues Collection of scientific articles. Scientific journal «Economics and finance», «East West» Association For Advanced Studies and Higher Education. 2015. С. 130-134.
6. **Дружинин А.М.** Стратегия обмена знаниями в цифровой экономике // Век качества. 2015. № 4. С. 125-138.
7. **Попов Е.В., Семячков К.А.** Особенности управления развитием цифровой экономики // Менеджмент в России и за рубежом. 2017. № 2. С. 54-61.
8. **Попов Е.В., Семячков К.А., Симонова В.Л.** Оценка влияния информационно-коммуникационных технологий на инновационную активность регионов // Финансы и кредит. 2016. № 46 (718). С. 46-60.
9. Рейтинг компаний по версии аналитической компании Brand Finance: // URL: http://brandfinance.com. Дата обращения: 23.05.2017
10. **Садыков Н.Н.** Влияние глобальных тенденций в сфере ИКТ на экономические информационные системы в России // Экономическая наука современной России. 2014. № 1 (64). С. 58-71.

11. **Семенов Ю.А.** IT-экономика в 2016 году и через 10 лет // Экономические стратегии. № 1 (143), 2017. Стр. 126-135.

Титова А.С. магистрант ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

СОЗДАНИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА, КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ

Аннотация. Рассматриваются возможности расширения гастрономической деятельности в сфере туризма с использованием создания инновационных продуктов питания, в частности хлебных изделий. Рассмотрение ведётся на примере конкретного предприятия. При этом анализируются риски проекта и пути их минимизации.
Ключевые слова: Инновации, туризм, риски, регион, проект.

Туризм в понимании большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он крепко вошел в жизнь человека с его желанием открыть и познать неизведанные края, памятники природы, истории и культуры, обычаи и традиции разных народов. Менее известно, что туризм является одной из высокодоходных и наиболее изменчивых отраслей экономики.

Туризм является одним из видов экономической деятельности, оказывающим положительное влияние на экономический подъем и занятость в регионе, способствуя развитию ключевых секторов экономики, а именно транспорт, услуги гостиниц и ресторанов, торговлю и производство товаров народного потребления.

В привлечении туристов ключевая роль отдана гастрономии, потому что пища даёт запоминающийся туристический опыт плюс абсолютно все туристы едят и пьют. Гастрономический туризм является составляющей любого отпуска, туров выходного дня или просто обычного путешествия, если его включить в предлагаемые места для отдыха или для осмотра достопримечательностей.

Сама по себе местная кухня уже является той основой, которая содержит необходимые ресурсы, которые могут быть использованы в качестве маркетингового инструментария для привлечения клиентов, продвижения городов, регионов или даже целых стран. В условиях все большей конкуренции в сфере туризма и его маркетинга, каждый регион находится в поиске уникальных продуктов, с помощью которых можно было бы дифференцировать себя от других [1].

Одним из таких продуктов может выступить инновационный продукт – хлеб из пшеничной муки с тмином. Пшеничный хлеб сам по себе является довольно полезным продуктом. В его составе присутствуют: витамины А, Е, В, натрий, магний йод и прочие полезные микроэлементы, а с добавлением такой пряности, как тмин он приобретает легкий жгучий вкус и пряный

аромат, возбуждающий аппетит. В связи с возрастающей тенденцией среди населения России, ближнего и дальнего зарубежья к здоровому образу жизни и правильному питанию данная разработка станет весьма актуальна, в качестве рычага привлечения туристов.

Разработка новых товаров с уникальными функциями или техническими условиями, которые обеспечивают дополнительные или абсолютно новые качества для конечных пользователей, могут включать:

- разработку нового продукта, который будет соответствовать требованиям рынка;
- модификацию уже существующего продукта.

Тем не менее, разработка продукта не ограничивается только проектированием и созданием чего-то нового, она также включает маркетинг новых продуктов, которые уже были созданы [2].

Объектом исследования является хлеб из пшеничной муки с тмином. Продукт представляет собой формовое хлебобулочное изделие из пшеничной муки с добавлением семян тмина. Масса – 450 г, влажность – 19%.

Внедрение данного продукта планируется на предприятие ООО «Хлебня» Маловишерского района, Новгородской области.

ООО «Хлебня» создано в форме общества с ограниченной ответственностью. Общество является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, фирменное наименование, бланки и печать со своим наименованием, расчетный и иные счета в учреждениях банках. Осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством и Уставом.

Предприятие строит свои отношения с юридическими и физическими лицами во всех сферах хозяйственной деятельности на основе договоров в соответствии с действующим законодательством и Уставом ООО «Хлебня». В своей деятельности предприятие исходит из интересов потребителей, их требований к качеству работ, услуг и других условий хозяйственных взаимоотношений, не противоречащих действующему законодательству и Уставу ООО «Хлебня».

Действующий производственный цех представляет собой современное большое помещение, оснащенное дорогостоящим технологическим оборудованием, где трудятся 19 квалифицированных работников.

В таблице 1 представлены риски и при внедрении инновационного продукта на ООО «Хлебня».

Таблица 1- Риски при внедрении инновационного продукта на ООО «Хлебня»

пп/п	Риски	Источники возникновения	Меры по минимизации рисков
11	Технические риски	Устаревшее и неисправное оборудование, нарушение правил	Своевременная диагностика и обслуживание оборудования, с целью недопущения

		эксплуатации	неисправностей
12	Риски оценки сроков	Сбой поставок, человеческий фактор, неисправность производственного оборудования	Соблюдение сроков реализации
33	Производственные риски		
	Выпуск дефектной продукции	Человеческий фактор, вариабельность, неисправность производственного оборудования, отклонения заданных параметров	Для снижения данного вида рисков на предприятиях формируют такие подразделения как службы качества
	Риски при проектировании (разработке) продукции	Неточности и ошибки в результате работы разработчиков, так и проблемы, связанные с невозможностью физического выполнения поставленных конструкторско-технологических задач	Для минимизации подобных рисков производят на стадии разработки моделирование и испытания, а также прибегают к разработке карт технологического процесса и техническим аудитам
44	Риски непринятия продукта	Некачественно проведены маркетинговые исследования рынка и предпочтений потребителей, высокая стоимость	Организация рекламной компании, с целью принятия и понимания необходимости и важности
55	Технологические риски		Оценка успешности и актуальности используемых технологий
66	Риски несоблюдения технологии	Использование для реализации непроверенных технологий	Использование для реализации опробованных технологий, с целью исключения возникновения противоречий между участниками проекта
77	Коммерческие риски	Неисполнение хозяйственных договоров, недостаточное финансирование	Выполнение принятых финансовых обязательств
88	Кадровые риски	Неквалифицированные специалисты, нехватка кадров	Своевременная и добросовестная реализация мероприятий соискателями, в рамках принятых на себя обязательств
99	Риск ошибочного выбора	Спрос на новшество	Качественное проведение

	целевого сегмента рынка	нестабилен, потребность в новшестве оценена неверно	маркетинговых исследований
10	Риск ошибочного выбора стратегии продаж	Неудачная организация сети сбыта и системы продвижения новшества к потребителю	Выбор проверенных сетей сбыта
1	Риски возникновения непредвиденных затрат и снижения доходов		
111	Риски усиления конкуренции	Утечка конфиденциальной информации, появление новых конкурентных организаций, наличие однотипной продукции на рынке	Соблюдение конфиденциальности, качественный анализ ассортимента продовольственного рынка

Для проведения анализа целевой аудитории и конкурентоспособности данного продукта использовался количественный метод исследования – опрос.

В опросе приняли участие более 40 человек. Респонденты – мужчины и женщины, в возрасте от 18 до 65 лет.

74% опрошенных ответили, что употребляют хлеб ежедневно, 15% - хотя бы раз в неделю, употребляют редко – 10%.

Население женского пола значительно меньше употребляет хлеб и хлебобулочные изделия. Как показали результаты опроса население старше 40 лет потребляет значительно чаще хлебобулочные изделия.

Самыми востребованными видами хлеба на продовольственном рынке являются – пшеничный и ржаной хлеб. 74 % опрошенных ответили, что отдают предпочтение пшеничному хлебу и 28 % - ржаному; бездрожжевой и зерновой хлеб предпочитают 8 % потребителей.

Наиболее частая причина отказа от хлеба и хлебобулочных изделий – это соблюдение диеты, 34% опрошенных назвали именно эту причину отказа. В основном это женщины и девушки, следящие за фигурой.

Сегодня стремление населения все больше нацелено на ведение здорового образа жизни: спорт, отказ от употребления табака, алкоголя, соблюдение правильного и здорового питания. Рынок предлагает много продуктов с пометкой «ЭКО», «Полезно», «Здоровое питание».

Респондентам был задан вопрос о том, как они относятся к пшеничному хлебу с растительными добавками и хотели бы они попробовать пшеничный хлеб с добавлением тмина - 72 % опрошенных ответили положительно, 38 % ответили отрицательно, из них 18 % не употребляют хлеб вообще или едят редко, 9 % предпочитают пшеничный хлеб без каких-либо добавок и 11 % - не знают, что такое тмин.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что хлеб – это продукт, который никогда не перестанет пользоваться популярностью среди населения. Хлеб из пшеничной муки прочно закрепился на продовольственном рынке, о чем свидетельствует количество опрошенных, ответивших положительно на употребление данного вида хлеба. А в связи с популяризацией здорового образа жизни хлеб с растительными добавками, улучшающими качество и состав микроэлементов, сможет стать конкурентоспособным продуктом на продовольственном рынке и обеспечить привлечение туристов в регион.

Литература.

1. **Буценко Е. Д.** Гастрономический туризм как популярное направление в туризме // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. – С. 56–60. – URL: http://e-koncept.ru/2015/95396.htm.

2. Открытые медиа. Управление рисками при разработке продукта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ovtr.ru/stati/riski-v-marketingovyh-kampaniyahcсвободный – (31.03.2020).

Фролова В.Д. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

ПОСЕЩЕНИЕ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ БЕЗГЛЮТЕНОВЫХ ХЛОПЬЕВ

Аннотация. Для выполнения исследовательской работы был организован промышленный тур на предприятие по переработке овса, в составе которого отсутствует глютен. Таким предприятием в Новгородской области является ООО «Сташевское». Рассмотрен технологический процесс производства безглютеновых хлопьев с описанием всех операций, режимов и процессов. А также приведено оборудование и вспомогательные материалы для производства данного продукта.

Ключевые слова. ООО «Сташевское», глютен, голозерный овес, безглютеновые хлопья.

Индустриальный туризм является популярным направлением, которое существует в Европе почти четверть века и в последнее время активно развивается в России.

Промышленный туризм в нашей стране является частью туризма, где объектом тура являются промышленные предприятия.

Пищевые предприятия являются наиболее распространенными и интересными для исследований и изучения. Это связано с тем, что они более распространены, наиболее удобно расположены, более открыты и понятны,

производят продукцию наиболее близкую к потребителям. Именно поэтому предприятия по производству продуктов питания в большей степени представлены в сфере промышленного туризма [1].

Целью нашего индустриального туризма было посещение производства в Новгородской области, которое осуществляет деятельность по выпуску хлопьев, не содержащих глютен. ООО «Сташевское» – одно из передовых предприятий в Российской Федерации, осуществивших наладку производства овсяных хлопьев без глютена из голозерного овса: начиная от выращивания генетически чистых семян овса, сбора урожая, транспортировки и хранения до готового продукта. На предприятии применяются новейшие технологии, а также используются современные высокотехнологичные аппараты, производства российских и японских компаний.

Все этапы процессов производства контролируются в соответствии с европейскими стандартами качества. ООО «Сташевское» было основано несколько лет назад и за это время показало себя как одно из самых быстрорастущих производств в Северо-Западном регионе России.

Такая продукция, не содержащая глютен, производится на производствах сосредоточенных в Европе, и находятся в Чехии, Англии, Финляндии и в России [2].

Овсяные хлопья являются одним из самых полезных продуктов для человека и его здоровья. Они богаты витаминами, минералами и незаменимыми аминокислотами. Эти вещества помогают регулировать обмен липидами, помогают очистить организм, снижать показатели глюкозы, холестерина в организме человека. Овсяные хлопья является среди зерновых лидерами по содержанию белка, полезных липидов. Организм усваивает крахмал овсяных хлопьев не быстро, благодаря чему продукты из овса полезны для людей, контролирующих свой вес. Потребление овсяных продуктов распространено среди людей, заботящихся о своем здоровье. Лечебные свойства овса знакомы людям много лет, эта культура достаточно давно применяется в лечении народными целителями.

Овес голозерный является уникальным видом. Мембранная оболочка зерна легко убирается при обработке. Зерновка не подвергается грубому отшелушиванию, поэтому она отлично прорастает. Голозерный овес хорошо расплющивается в хлопья, перерабатывается методом измельчения в муку.

Безглютеновые продукты - это продукция, не содержащая глютен (клейковину). Для людей с патологией глютеновой энтеропатией (целиакией) эта продукция жизненно необходима, а также она необходима для людей с острыми или хроническими гастроэнтерологическими патологиями и проблемами сердечно-сосудистой системы.

Глютен (клейковина) – это белковое вещество, содержащееся в зернах пшеницы, ячменя, ржи и большинстве других зерновых культур. Это вещество является пищевым аллергеном для некоторых людей, многие врачи-диетологи советуют отказаться от глютен содержащих продуктов для

возможности похудения. Было выявлено, что глютен, поступая в организм человека через желудок, в первую очередь, нарушает нормальное функционирование пищеварения и усвоение питательных веществ, постепенно снижая иммунитет. Безглютеновая диета – это полный отказ от ячменя, пшеницы и ржи на протяжении всей жизни. Также повышенное внимание уделяется закупаемым пищевым продуктам, чтобы они не содержали компонентов, содержащих вышеуказанные злаки. Особое внимание уделяется технологическому процессу производства, чтобы не было возможности перекрестного перемешивания при производстве или транспортировке пищевых продуктов [3].

Голозерный овес - это культура овса, содержащая больше крахмала и белковых веществ, чем пленчатые культуры. В мировом сообществе особое внимание к голозерному овсу растет благодаря полезным свойствам и использовании в лечебно-профилактических целях. Голозерные культуры овса имеют в своем составе до 18% белка и большое содержание незаменимых аминокислот, по сравнению с другими сортами овса и другими злаками. У этой культуры овса достаточно хорошо сбалансирован аминокислотный состав белка.

Было изучено, что голозерный овес имеет повышенное содержание токотриенола. Токотриенол является жирорастворимым компонентом витамина Е, который играет важную роль в снижении содержания холестерина в крови человека. Токоферол необходим для нормализации функций женской репродуктивной системы, еще он предотвращает происхождение свободных радикалов, веществ, являющихся токсическими для организма.

Наличие овсяного масла в голозерном овсе больше, чем в пленочных культурах. Польза овсяного масла заключается в высоком содержании незаменимых жирных кислот (линоленовой и олеиновой), называемых омега-3. Наличие в продукции полиненасыщенных жирных кислот определяет ее применение при профилактики проблем сердечно-сосудистой системы. Кислоты, омега-3 и витамин Е активируют такую мозговую деятельность как: память, ясность мышления, концентрацию внимания; улучшают состояние кровеносных сосудов, увеличивают их пластичность; а также питают кожу изнутри. Повышенное содержание витамина А: каротиноиды, ретинол - помогает восстановить зрительные функции. Тиростатины (гормоны щитовидной железы) из зерна овса усиливают функционирование эндокринной системы в целом и в особенности щитовидной железы.

Культура голозерного овса незначительно возделывается из-за низкой его урожайности. Значительные посевные площади занимает пленчатые культуры овса. Возделывание голозерных сортов овса осуществляется мало и незначительно в связи с тем, что с этой культурой осуществляется слабая работа по его селекции, мало изучается в научном и технологическом плане [4].

Примером безглютеновой продукции, производимой из голозерного овса, являются безглютеновые овсяные хлопья. Схема технологических процессов производства овсяных хлопьев состоит из следующих основополагающих процедур: подготовка зерна, обрушивание, получение крупы, получение овсяных хлопьев.

Первым этапом в получении хлопьев является подготовка зерна. Овес очищается от мусора и зерновых примесей на сепараторе. Затем зерно поступает на просеивание, где происходит его сортирование на крупные, средние и мелкие фракции.На сепараторе устанавливаются металлотканые сита с отверстиями следующих размеров: приемочное - 4х20мм, сортировочное - 2,5х20мм, подсевное - 1,5х15мм. Крупная фракция используется для производства овсяных хлопьев, средняя - для толокна, мелкие зерна – это отход, они применяются как фуражное зерно.

Для получения чистого зерна крупный отсортированный овес очищают в зерномоечной машине от пыли и минеральных веществ. По окончании процесса мойки, зерно овса направляется в пропариватель. Зерно пропаривается в шнековом пропаривателе острым паром в течение 1,5-2 минут при температуре 100-110°С. Целью пропаривания является облегчение отслаивания пленок от сердцевины. Технологический этап – пропаривание помогает набуханию зерна, а также свободному отделению пленки от сердцевины. Повышенная температура нагревания угнетает и приостанавливает ферментативную активность, в частности гидролитические и окислительные процессы, которые вызывают расщепление и прогорклость липидов. Это помогает увеличивать сохранность и срок годности готовой продукции.

Зерно прошедшее технологический этап пропаривания с влажностью 18 - 20%, перенаправляют на следующий технологический процесс – сушку для уменьшения его влажности до 7-8%. При сушке имеет место изменение оболочек из-за неравномерности высыхания их и ядра.

После технологического этапа сушки, зерно овса охлаждают до температуры 40-45°С и перенаправляют на аппарат отделения зерновых примесей - триер. Для наибольшего п удаления оболочек перед обрушением зерно овса перенаправляется на зерновое сито, где оно сортируется на фракции, мелкая фракция удаляется.

Вторым этапом является получение крупы. Крупу извлекают методом обрушивания зерна с использованием наждачных обоечных машин. Подготовленное зерно овса проходит через аппарат для отделения лузги (циклон-глобус), далее он сортируется с использованием зернового сепаратора, при этом, исключая крупные примеси и мелкую фракцию зерен. При производстве овсяных хлопьев используется сход сортировочного и подсевного сита. Фракции мелкого зерна и дробленой муки являются отходами.

Для финишной очистки зерна от механических примесей его дополнительно направляют через аспирационную систему, затем оно проходит через магнита-уловитель для отделения металлических примесей.

Финишная очистка крупы овса показывает содержание примесей, которых согласно нормативным показателям должнобыть не более 0,5 %, в том числе свободной пленки- 0,04%, необрушенных зерен овса - 0,15%, куколь - 0,1%, вредных примесей- 0,05%.

По окончании финишной очистки крупу пропаривают в горизонтальном пропаривателе до 2-3 мин. Крупа с влажностью 12-12,5% на этапе расплющивании меньше крошиться. На технологическом этапе пропаривания, осуществляется незначительная клейстеризация крахмала, что способствует улучшению усвоения продукта при его употреблении.

Для равномерного распределения влаги крупа находится в приемочном бункере в течение 25-30 мин. Выдерживание крупы помогает улучшению структуры овсяных хлопьев.

По окончании технологического этапа пропаривания и выдержки крупа расплющивается на валковом аппарате, состоящего из гладких валков, с одним режимом работы. Это помогает исключить раздробление сердцевины. По окончании технологического процесса расплющивания овсяные хлопья имеют толщину 0,4 мм. После этого овсяные хлопья перераспределяются ленточным транспортером на сортировочный аппарат для отделения мелких частиц. Далее овсяные хлопья транспортируются конвейерной лентой в аспирационную колонну для отделения шелухи. В это же время хлопья охлаждаются.

Завершающем этапом является фасовка готовых хлопьев на автомате в картонные коробки с внутренним пакетом из-под пергамента массой 250-1000 г [5].

Предприятия пищевой промышленности жестко контролируются Роспотребнадзором для обеспечения безопасности готовой продукции для населения. Деятельность предприятий пищевой промышленности регулируется СанПиНами и техническими регламентами Таможенного союза, которые включают в себя требования к регулярной дезинфекции, дезинсекции и дезинсекции. В ООО "Сташевское" санитарная обработка производственных помещений проводится профилактически, включая различные контрольно-профилактические мероприятия, а также истребительные, когда существует риск распространения инфекций, появления насекомых или грызунов.

Предприятие по производству безглютеновых хлопьев работает в соответствии с самыми современными системами качества и отвечает современным требованиям безопасности продукции. Система обеспечения качества очень изменчива. Это зависит: от качества и стабильности сырья, получаемого на переработку, от качества материалов и упаковки; от надежности оборудования и соблюдения технологических режимов; от

эффективности методов измерений; от поддержания требуемых параметров производственной среды.

Процесс контроля качества сырья, материалов и готовой продукции включает в себя следующие процедуры: измерение, оценку результатов, мониторинг, корректировку и корректирующие действия. Качество продукции и срок ее хранения во многом зависят от появления в воздухе патогенных микробов, дрожжей и плесени. Их наличие в цехах пищевого предприятия способствует быстрому ухудшению качества ингредиентов и выпуску продукции ненадлежащего качества. Чтобы этого не допустить, предприятие соблюдает санитарные нормы: содержит помещения и оборудование в чистоте, а также регулярно дезинфицирует помещения [6].

Исходя из всего вышеизложенного, мы можем утверждать, что предприятие ООО «Сташевское» является современным производством, имеющим прогрессивное оборудование, позволяющее выпускать продукцию на высоком технологическом уровне. Это единственное предприятие, производящее безглютеновые хлопья в России, которые по качеству не уступают зарубежным аналогам. Предприятие полностью соответствует всем требованиям безопасности, располагает самым современным оборудованием в данной отрасли, обладает уникальной технологией, достойное того, чтобы стать объектом промышленного туризма.

Литература.

1. **Никулина Ю. Н., Струзберг Г. В.** Промышленный туризм в системе взаимодействия вузов и предприятий: содержание и перспективы развития. / Монография. — М: Издательство «Перо», 2015. — 188 с.

2. Отраслевой портал [Электронный ресурс] / news.unipack.ru – Электронные текстовые данные - © Унипак.Ру, 1999 - 2020– Режим доступа: https://news.unipack.ru/77615/ (дата обращения 25.03.2020)

3. Безглютеновая диета [Электронный ресурс] / foksevmash.ru – Электронные текстовые данные - © 2020 – Режим доступа: https://foksevmash.ru/zdorove/bezglyutenovaya-dieta-spisok-produktov-bez-soderzhaniya-glyutena.html (дата обращения 25.03.2020)

4. Сташевское [Электронный ресурс] / stashevskoe.ru – Электронные текстовые данные - © 2020 – Режим доступа: http://stashevskoe.ru/product (дата обращения 25.03.2020)

5. Технология производства овсяных хлопьев [Электронный ресурс] / znaytovar.ru – Электронные текстовые данные - © 2020 – Режим доступа: https://znaytovar.ru/new329.html (дата обращения 25.03.2020)

6. Пищевые производства [Электронный ресурс] / pestcontrol.ru – Электронные текстовые данные - © 1994-2020, АГРОКОН – Режим доступа: https://pestcontrol.ru/predpriyatija-i-proizvodstva/ (дата обращения 31.03.2020).

Фролушкина В.Н. студентка ИСХПР
Научный руководитель – к.т.н., доцент НовГУ Осипова М. В.

АО «ЛАКТИС» КАК ПРЕДПРИЯТИЕ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. На сегодняшний день все большее количество людей начинают привлекать не только природа, искусство, архитектура разных стран и народов, но и, как ни странно, промышленные объекты – фабрики, заводы, месторождения полезных ископаемых. В современных реалиях рынка пищевая промышленность должна отвечать за результативность работы всех отделов производства, безопасность выпускаемой продукции и привлекательность для потребителей.

Ключевые слова. Туризм, промышленность, рынок, молочные продукты.

Сейчас есть большое количество возможностей для последующего становления новых направлений в туристической индустрии.

В первую очередь, это промышленный туризм, который имеет возможность заинтересовать самых разных туристов, интересующихся высокими технологиями, а результат этих технологий - продукт высокого качества.

Впервые данный видпосещения на производство внедрили в девяностых годах прошлого столетия в европейских странах. По некоторым данным, на сегодня более семидесяти процентов западно-европейских производств открыты для посещения.

В последнее время большинство людей начинают привлекать не только уникальные природные экологические чистые уголки с живописными ландшафтами, но и, как ни странно, промышленные объекты. Учитывая нарастающую популярность у россиян приобретения путевок по кратковременным туристическим маршрутам, можно констатировать, что промышленный туризм должен занять особое место в перечне предлагаемых турфирмами актуальных продуктов. Данный вид туризма связан с организацией экскурсий и систематических турпоездок на передовые промышленные предприятия. В числе ведущих потребителей объектов промышленного туризма могут быть не только обычные туристы, но множество студентов, школьников, предпринимателей и руководителей фирм, каждый из которых имеет свои собственные цели при посещении данного производства [1].

На данный момент одним из лидеров на пищевом рынке выделяется производство молока и кисломолочных продуктов.

В настоящее время в условиях рыночной экономике промышленность должна отвечать за пищевую безопасность выпускаемой продукции, деятельность предприятия и результативность.

Основополагающим в молочной промышленности является обеспечение покупателя нужной качественной продукцией строго в определенный срок, определенного качества, с небольшими потерями для предприятия. Молочный комбинат осуществляет деятельность, которая включает в себя все технологические этапы от разработки рецептуры нового продукта, разработки технологической схемы его выпуска, собственно производства, до его реализации в торговые сети. Одним из ведущих заводов в Северо-Западном регионе является предприятие по выпуску молока и кисломолочной продукции АО «Лактис». Данное производство включено в структуру агропромышленного холдинга «Лактика», которое включает в себя несколько предприятий по выпуску молока его переработке на творог, масло, кефир, йогурты и прочие кисломолочный продукты. Так же агропромышленный холдинг «Лактика» включает в себя предприятия сельского хозяйства, расположенные в Новгородской и Ленинградской областях, транспортные компании, собственные торговые сети для мелкоштучной реализации [2].

«Лактика» – это совокупность производств, осуществляющих свою деятельность более пятидесяти лет в области производства и реализации молока и кисломолочной продукции. Этот холдинг специализируется на выпуске цельномолочных продуктов. Он объединяет такие производства как: АО «Лактис», АО «Лужский молочный комбинат», ООО Торговый Дом «Лактика». Успешность производства базируется на следующем:

1. Новейшее оборудование по последнему слову техники, новейшие технологии.
2. Сотрудники высокой квалификации.
3. Натуральное сырье, отвечающее всем нормативным показателям качества.

Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает свыше ста наименований по более чем десяти категориям товара. Наиболее востребованными являются следующие молочные и кисломолочные продукты: молоко, кефир, йогурт, сметана, снежок, сливки, десерты из творога, несколько видов майонез, масло и т.д. Ассортимент выпускаемой продукции непрерывно обновляется и расширяется.

Основополагающим на предприятии является то, что на производстве используется только натуральное сырье, поэтому продукты, выпускаемые на АО «Лактис» не имеют в своем составе искусственных добавок, консервантов и сахарозаменителей.

Промышленное производство АО «Лактис» располагает всеми следующими помещениями для выпуска продукции: цех по приемке молока, аппаратурный цех, цех розлива, аппараты и машины необходимые для переработки молока и производства конечного продукта: аппараты с рубашкой охлаждения для сохранения сырья, ОПУ, сепараторы, гомогенизаторы, аппараты для сквашивания продукта и поддержания необходимой температуры.

Результативность работы предприятия достигается, в том числе и за счет исправно работающего вспомогательного оборудования, вспомогательного персонала, осуществляющего обслуживание и ремонт оборудования. На предприятии правильно и грамотно работает отдел сбыта и реализации продукции, отдел маркетинга. Служба качества предприятия регулярно осуществляет мониторинг качества выпускаемой продукции согласно нормативным документам. На АО «Лактис» разработана, внедрена и действует программа по контролю производства, в которой утверждены и отмечены объекты контроля, периодичность, а также контролируемые показатели качества выпускаемой продукции. На предприятии действует химическая и бактериологическая лаборатория.

Сырье на производство поступает ежедневно из нескольких регионов РФ: Новгородской, Ленинградской, Псковской и др. областей. Контрольно-производственная лаборатория АО «Лактис» осуществляет входной контроль поступающего сырья по химическим и микробиологическим показателям, используя для этого современные контрольно-измерительные приборы для исключения поступления на предприятие фальсифицированного сырья.

АО «Лактис» значительно широко распространяет свою продукцию по всей территории РФ, от Северо-Западного региона до Камчатки, и от Крыма до города Мурманска. Партнерами АО «Лактис» являются основные российские торговые сети, для них также предприятие выпускает продукцию под их торговыми марками[3], [4].

На АО «Лактис» выпуск такого продукта как йогурт происходит по следующей технологии:

– прием молока, его нормализация;

– бактофугирование, первая пастеризация, охлаждение;

– смешивание концентрата сухого молока с пастеризованным молоком, диспергирование и выдержка;

– деаэрация, гомогенизация, вторая пастеризация с последующим охлаждением;

– заквашивание с йогуртовой культурой, процесс сквашивания и розлива в тару с последующей маркировкой и упаковкой в короба.

Прием молока на предприятие осуществляется согласно нормативным документам и требований безопасности. При поступлении машины с молоком ее взвешивают и определяют массу поступившего сырья. Затем проводится оценка молока по органолептическим показателям.

По органолептическим характеристикам молоко должно соответствовать требованиям таблицы 1.

Таблица 1 – Органолептические характеристики молока

Наименование показателя	**Характеристика**
Консистенция	Однородная жидкость без осадка и хлопьев
Вкус и запах	Чистый, без посторонних запахов и привкусов, не свойственных свежему молоку Допускается слабовыраженный кормовой вкус и запах
Цвет	От белого до светло-кремового

Молоко по физико-химическим и микробиологическим показателям должно соответствовать нормам, указанным в таблице 2.

Таблица 2 – Физико-химические и микробиологические показатели молока

Наименование показателя	**Значение показателя**
Массовая доля жира, % не менее	2,8
Массовая доля белка, % не менее	2,8
Кислотность, °Т	От 16,0 до 21,0 включ.
Массовая доля СОМО, % не менее	8,2
Группа чистоты, не ниже	II
Плотность, кг/$м^3$, не менее	1027,0
Температура замерзания, ℃, не выше (минус)	0,520
Содержание соматических клеток в 1 $см^3$, не более	$1{,}0*10^5$

Молоко, соответствующее по показателям качества, отправляется на технологический этап нормализация. Нормализация осуществляется для того, чтобы массовая доля жира в готовом продукте была не менее массовой доли жира, предусмотренной техническим регламентом.

Для исключения в молоке механических примесей и посторонней микрофлоры его направляют на бактоотделительный сепаратор. Температура молоко при поступлении в сепаратор 40 - 55.

Далее очищенное молоко поступает на пастеризаторс температурой 76±2°С (допускается температура пастеризация 80°С) с непродолжительной выдержкой в течение нескольких секунд.

Далее сырье подогревается и направляется на деаэратор для удаления кислорода и других газов. Затем происходит технологический процесс гомогенизации при давлении 150±25 бар и температуре 55-60°С.

Сухой молочный концентрат растворяет в воде с температурой 42 ℃, затем охлаждают до 6-8. В этом температурном режиме молоко выдерживают 30 минут для набухания белков.

Гомогенизированную смесь пастеризуют с использованием пластинчатого пастеризационного аппарата, температура пастеризации 95±5°С и направляют при температуре заквашивания 30-40°С в емкость для сквашивания.

При производстве йогурта используется специализированная закваска, с входящими в ее состав культурами Streptococcusthermophilus и LactobacillusBulgaricusили комбинаций в количествах, рекомендуемых заводом – изготовителем.

Заквашенная смесь перемешивается в течение нескольких минут и оставляется для сквашивания на период 4-5 часов.

По готовности сгусток перемешивают и охлаждают путем подачи агента охлаждения в рубашку аппарата.

Затем готовый йогурт разливается в тару. На этикетку должна быть нанесена маркировка в соответствии с техническим регламентом.

Расфасованный продукт упаковывается в короба по несколько штук. В качестве групповой упаковки используют ящики из гофрированного картона, подложки с термоусадочной пленкой по техническому регламенту.

Расфасованная продукция доохлаждается в холодильной камере охлаждения, в течение 3-х суток от момента поступления продукции на склад до достижения заданной температуры4±2°С, необходимой структуры, консистенции. Продукция готова к транспортировке и реализации.

Продукция должна отвечать нормативным требованиям технических условий, изготавливаться по рецептуре, согласно технологической инструкции. На предприятии неукоснительно должны соблюдаться санитарные и ветеринарные правила ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» и ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

Продукция согласно требованиям должна отвечать следующим органолептическим показателям, представленным в таблице 3.

Таблица 3 – Органолептические показатели

Наименование показателя	**Характеристика**
Внешний вид и консистенция	Однородная в меру вязкая
Вкус и запах	Чистые кисломолочные. Без посторонних привкусов и запахов
Цвет	Молочно-белый, равномерный по всей массе

По физико-химическим показателям продукт должен соответствовать требованиям и нормам, указанным в таблице 4.

Таблица 4 – Физико-химические показатели продукта

Наименование показателя	**Характеристика**
Массовая доля жира, %	1,5
Массовая доля молочного белка, %, не менее: для йогуртов без компонентов	3,2
Массовая доля СОМО, % не менее: для йогуртов без компонентов	9,5
Кислотность, °Т	От 75 до 140 включ.
Фосфатаза или пероксидаза	Отсутствует
Температура при выпуске с предприятия, °С	4±2

Агропромышленный холдинг «Лактика» обладает сертификатом по системе управления безопасностью пищевых продуктов ХАССП, ИСО 9001:2008. АО «Лактис» - является одним из первых предприятий в Новгородской области, получившей сертификат по стандарту «Халяль» [4].

На основании проведенного исследования и специфики развития промышленного туризма:

1. Существует большое количество барьеров

2. Существует достаточно жесткое требование к продукту-экскурсии, часть или вся экскурсия должны быть направлены на демонстрацию или рассказ о производственном процессе предприятия.

Так как основная задача стратегии по развитию промышленного туризма-продвижение и популяризация промышленного туризма для охвата большего количества целевых групп, соответственно, необходимо разработать ряд мероприятий по продвижению промышленного туризма:

1. Проведение презентаций и конференций в рамках туристических форумов, в рамках которых отдельной секцией анонсировать развитие промышленного туризма;

2. Создание карту промышленных предприятий, которая бы отражала возможность посещения промышленных экскурсий;

3. Разработка фестиваля промышленного туризма, возможность включения в программу уже имеющихся фестивалей промышленных предприятий, которые могли бы продемонстрировать часть производственного процесса, вовлекая и привлекая потребителей.

Литература.

1. **Корешков М.В.**, **ДеревнинаС.Е**. Промышленный туризм: знакомство с производством // Профессиональное образование и рынок труда. – 2015. - № 9-10.

2. Исследование рынка йогуртов [Электронный ресурс] /– электрон. текстовые дан. – ООО «Олбест», 2000-2018. Режим доступа:

https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65635b3bd78a5d43b88521206c37_0.html2.

3. Лактика агропромышленный комплекс [Электронный ресурс] /- электрон. текстовые дан. – АО «Лактис», 2001-2019. Режим доступа: http://www.lactis.ru/about/

4. АО «Лактис» [Электронный ресурс] /- электрон. текстовые дан. – Агентство развития Новгородской области, 2019. Режим доступа: https://novgorodinvest.ru/success/ao-laktis.php

Шагабутдинова А.О. студентка ИЭУП
Научный руководитель – к.э.н., доцент Герасимов А. В.

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В данной статье представлены и проанализированы проблемы становления цифровой экономики.

Раскрывается понятие цифровая экономика и риски и угрозы цифровой экономики, направления их преодоления.

Ключевые слова: цифровая экономика, проблемы, последствия развитие цифровой экономики.

Цифровая экономика является в современном мире наиболее важной составляющей. Множество данных компании все более предпочитают хранить не в виде бумажных, а в виде цифровых носителей. Цифровая экономика - сравнительно недавно появилась в РФ. Так, 28 июля 2017 года Правительство опубликовало программу развития цифровой экономики РФ до 2024 года. В документе определены цели, задачи, направления, и сроки реализации основных мер по созданию условий для развития цифровая экономика.

Формирование единого информационного пространства стало реальным вследствие научно-технического прорыва, которое улучшило бы доступ к цифровым активам, повлияло на создание инновационных рабочих мест, способствовало экономическому росту и повышению производительности труда. Преимуществами цифровой экономики являются: низкие затраты ресурсов для производства виртуальных товаров, мгновенное перемещение цифровых товаров через сеть, отсутствие физического веса продукции и многое другое.

Цифровизация бизнеса обретает глобальный масштаб: такого рода компании, например как Apple, Amazon, Alibaba Group, Microsoft входят в список наиболее дорогостоящих компаний во всём мире по рыночной капитализации. Однако цифровая экономика является довольно новым открытием и требует детального изучения свойств системы, а также практического использования ее инструментов в экономической деятельности.

Объектом исследования выступает цифровая экономика и её проблемы. В основе исследования лежит изучение рисков и угроз цифровой экономики, направления их преодоления.

Развитие цифровой экономики, как и любого другого значимого явления, связано не только с положительными последствиями, но и с различными рисками и угрозами. Ваш источник два основных эффекта. Прежде всего, это создает новые риски и угрозы, которые присущи цифровой экономике из-за ее технических характеристик. Во-вторых, переход к цифровой экономике требует институциональных преобразований, независимо от их причин и характера, которые являются мощными дестабилизирующими факторами, способствующими устойчивому и успешному социально-экономическому развитию. Рассмотрим некоторые негативные последствия эволюции цифровой экономики (подробный и полный анализ фактических и потенциальных рисков и угроз является самостоятельной исследовательской проблемой и может быть предметом отдельного научного исследования) [2]:

1) Рост киберпреступности. Например, по данным Microsoft, в первом квартале 2017 года 14,8% компьютеров в России были подвержены заражению вредоносным ПО(9% по всему миру).

2) Техническая слабость создаваемой цифровой инфраструктуры. Примерами могут служить перебои в подаче электроэнергии в Венесуэле в марте или типичная (к сожалению) массовая эвакуация автомобилей в крупных городах России из-за простоя службы оплаты парковочных мест, возврата в «живую» очередь в случае неисправностей в электронных системах массового обслуживания в государственных учреждениях и т.д.

3) Быстрое устаревание электронных устройств, следовательно, наличие проблем с их утилизацией. Если проблема утилизации ядерных отходов находится в центре общественного внимания и достаточно строгого правового регулирования, проблема утилизации «электронных отходов» редко решается. Кроме того, по данным ООН ежегодно в мире производится до 100 миллионов тонн «электронных отходов», и не более 20% этого объема перерабатывается в соответствии с экологическими требованиями. По мере развития цифровой экономики ее экологический ущерб будет увеличиваться.

4) Усиление технологической зависимости от иностранных поставщиков, следовательно, ослабление технологической и экономической безопасности на уровне страны в целом, а также отдельных секторов и компаний. Нынешние кадровые ограничения в Российской Федерации являются серьезным препятствием для развития цифровой экономики. По данным Фонда развития интернет-инициатив, к 2027 году в российской экономике будет дефицит около 2 млн. Специалистов в области информационных технологий. В то же время по итогам 2016 года в России работало около 1,9 млн. ИТ-специалистов (2,4% работающего населения; аналогичные показатели для США, Германии и Великобритании - 4,3%). В настоящее время в нашей стране выпускается около 60 000 специалистов.

Чтобы преодолеть нехватку персонала, ежегодно для обучения необходимо привлекать около 40 000 человек [7]. Однако это нельзя сделать «механически». Нужно развивать образовательную инфраструктуру, готовить новых учителей и так далее. Вышеуказанные и различные другие риски, угрозы и проблемы, связанные с развитием цифровой экономики, требуют принятия мер по их устранению. К сожалению, это не может быть сделано быстро и конкретно за счет государственных средств (поскольку задача развития цифровой экономики классифицируется как национально важная). Необходимы значительные усилия для использования как государственных, так и частных ресурсов.

Можно выделить следующие приоритетные задачи, означающих направление деятельности:

1) Содействие созданию и развитию бизнеса с акцентом на цифровую экономику. Сегодня в России есть компании, признанные мировыми лидерами в цифровой экономике («Лаборатория Касперского», ABBYY, Parallels, Luxoft, Яндекс и др.). Правительство может оказывать целевую поддержку: предоставлять гарантии по банковским кредитам, в том числе по экспортным кредитам, компенсировать часть расходов на патентование, создавать целевые инвестиционные фонды, оказывать поддержку через механизмы государственных закупок и т. д..

2) Дополнительная поддержка малых и средних предприятий в области создания цифровых технологий, платформ и предоставления цифровых услуг. Это может быть достигнуто, например, путем предоставления соответствующим компаниям определенных преимуществ (например, с точки зрения страховых выплат или налоговых взносов), путем разработки цифровых технологий, создания здоровой конкуренции между этими компаниями и предоставления им заказов и стандартов, что конечный продукт должен соответствовать.

3) Создание и масштабирование цифровых платформ для основных секторов экономики. В настоящее время в России и многих других странах существуют порталы для предоставления государственных и муниципальных услуг, платформы для платежей, налоговые органы принимают электронную отчетность, внедряются пластиковые карты для социальных платежей и т. Д. Следует отметить, что существуют значительные проблемы, связанные с Россией. с внедрением ИТ в органах местного самоуправления. Сами муниципалитеты не могут решить эти проблемы, потому что они учитывают субсидиарность своего большинства. Им нужна особая поддержка для их оцифровки со стороны региональных и федеральных властей.

4) Увеличение подготовки IT-специалистов.

5) Формирование отраслевых, региональных и общегосударственных систем кибербезопасности. В частности, необходимо доработать законодательство по борьбе с киберпреступностью, создать правоохранительную защиту, разработать безопасные технологические решения и обеспечить взаимодействие между всеми участниками глобальной

цифровой экономики. Следует помнить, что безопасность не должна препятствовать росту и развитию технологий. Необходимо усилить трансграничный обмен информацией о кибербезопасности.

Цифровая экономика – это новый вид экономических отношений, и в последние годы в этой области был, достигнут значительный прорыв во всех областях мирового рынка. Сегодня он развивается как ведущий сегмент, двигатель для роста и развития всей экономической системы [1]. Это связано с тем, что цифровая экономика имеет некоторые преимущества по сравнению с физическими товарными обменами, такими как высокая скорость доставки или почти мгновенное предоставление услуг. Еще одним преимуществом цифровой экономики является снижение производственных и транзакционных издержек. Например, электронные товары практически неисчерпаемы и существуют в виртуальной форме. Это большое преимущество перед материальными товарами, количество которых всегда ограничено и доступ, к которым намного более труден.

Электронная экономика уже выходит за рамки чисто бизнес-процессов. Оцифровка внедряется в социальные процессы, от этого все больше зависит успешная жизнедеятельность людей. Кроме того, цифровые технологии широко внедряются в работу государственных организаций и структур. Усилия России по оцифровке основаны на стратегии развития информационного общества и положениях государственной программы «Цифровая экономика». Эти документы устанавливают цели, устанавливают основные механизмы цифровой трансформации российской экономики и определяют источники, и объемы финансирования для мер, которые планируется осуществить.

Конечно, степень оцифровки в нашей стране не развивается такими же темпами, как в некоторых ведущих странах мира, но Россия уверенно прогрессирует и из года в год улучшает свои позиции. Конкуренция в цифровой экономике довольно жесткая, поэтому государство и бизнес должны работать вместе для успешного дальнейшего развития. Эта деятельность включает в себя решение ряда проблем, рисков и угроз, которые выделены в статье, чтобы сосредоточить ресурсы и усилия на их нейтрализации.

Литература.

1. **Асаул В. В., Михайлова А. О.** Обеспечение информационной безопасности в условиях формирования цифровой экономики // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 4 (38). С. 5–9.

2. **Беляков К. С.** Цифровая экономика России: проблемы и перспективы // Информационное общество: состояние, проблемы, перспективы: Материалы V ежегодной Всероссийской научно-практической интернет-конференции. М. : Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2018. С. 61–67.

3. **Бодрунов С. Д., Демиденко Д. С., Плотников В. А.** Реиндустриализация и становление «цифровой экономики»: гармонизация тенденций через процесс инновационного развития // Управленческое консультирование. 2018. № 2 (110). С. 43–54.

4. **Дащенко Ю. Ю.** Цифровая экономика как экономика будущего // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 35–1. С. 18–19.

5. **А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев** Введение в «цифровую» экономику М.: ВНИИ геосистем, 2017. С. 6, 12.

6. **Кислый С. А.** Цифровая экономика и ее роль в экономике России // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVI Международной научно-практической конференции. Симферополь, 2017. С. 249–250.

7. **Кулик А. М., Коряков Д. П.** Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. Тюмень, 2018. С. 189–192.

8. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р "Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf/. 02.04.2018

Якупов Э. Э. магистрант ИЭУП
Научный руководитель – д.э.н., профессор НовГУ Тимофеева Р. А.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье представлены теоретические понятия и нормативно-правовая база в сфере туризма в Новгородской области.

Правовое обеспечение способствует легализации и быстрому развитию общественных отношений в сфере туризма в рыночных условиях. Анализ применения законодательной базы выявил целый ряд проблем, которые препятствуют дальнейшему развитию туристической деятельности.

На основании проведенного анализа сформулированы и обоснованы основные направления повышения качества правового обеспечения туризма в ближайшей перспективе развития Новгородской области, а также роль малого бизнеса в сфере повышения качества туризма.

Ключевые слова: правовое обеспечение, туризм, малый бизнес, нормативно-правовая база.

Новгородская область никогда не располагала явными и выраженными экономическими преимуществами для благоприятного повышения социально-экономического развития региона.

Если смотреть с точки зрения географических характеристик, то Новгородская область никогда не имела в достаточной степени полезных ископаемых, углеводородов, плодородной почвы, лесные ресурсы никогда не являлись уникальными. С точки зрения миграционных потоков область остается на очень низком уровне. Причем миграция ухудшает возрастную структуру населения и лиц трудоспособного возраста Новгородской области. По уровню бедности область выступает, как наиболее проблемный и слабый район регионов Северо-Западного Федерального округа [1].

В связи с данными обстоятельствами Новгородская область точно не сможет иметь высокую бюджетную обеспеченность.

Таким образом, для Новгородской области важно развивать потенциал туризма и туристских ресурсов, так как туризм является ведущей и динамичной отраслью экономики.

Туризм в Новгородской области – это главный шаг для стабильного экономического роста, повышения качества уровня и жизни населения, увеличения доступности туристических услуг, занятости и доходов населения региона [2]

В настоящее время туристический потенциал Новгородской области используется недостаточно, так как:

- туристическая деятельность не рассматривается как сложный социально-экономический процесс, тем более с точки зрения малого бизнеса;
- автомобильные дороги находятся в плохом состоянии.

Целью исследования, в-первую очередь, является изменение подхода и организация нормативно-правового обеспечения развития туризма для малого бизнеса в Новгородской области.

Объектом исследования выступает сфера туризма в Новгородской области.

Предмет исследования: выявление проблем и перспективы развития туризма Новгородской области с точки зрения малого бизнеса.

При выполнении работы использованы методы теоретического анализа, синтеза, монографии, статистическое и графическое представление данных.

Малый бизнес – это бизнес, который осуществляется в малых формах, опирающийся на предпринимательскую деятельность, совокупность мелких и средних частных предпринимателей, прямо не входящих ни в одно монополистическое предприятие [5].

Малый бизнес является основой рыночной экономики любой страны. По статистике на их долю приходится более половины всей производимой продукции. Малый бизнес сравнительно быстро окупается, он быстро занимает нишу потребностей, данный бизнес более мобилен в условиях рынка, и активно учувствует в кооперации.

Малый бизнес как один из важных и неотъемлемых элементов рыночной экономики обеспечивает рабочими местами часть населения, включая самих предпринимателей. Дополнительными экономическими преференциями малого предпринимательства являются рост валового

внутреннего продукта, налоговых поступлений и экономического потенциала страны в целом. А также, повышение качества жизни граждан, поскольку данные предприятия ориентируются на наиболее актуальные пробелы и запросы рынка, с целью их удовлетворения.

Туризм - это путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях. Это один из видов активного отдыха, наилучший способ отвлечься от суеты, увидеть новое и интересное, набраться положительных эмоций. Туризм дает возможность познакомиться с культурой других стран и регионов, удовлетворяет любознательность человека, обогащает его духовно, оздоровляет физически, способствует развитию личности. Он позволяет совмещать отдых с познанием нового [4].

Правовое обеспечение туризма – самостоятельная научная и учебная дисциплина, которая имеет свой объект, предмет, задачи и методы исследования, изучает правовые формы организации и осуществления деятельности в сфере туризма и особенности правового регулирования отдельных подсистем индустрии туризма [6].

Современный туризм в Российской Федерации, как социально-культурное явление и специфическая отрасль экономики, формируется под воздействием социально-экономических условий и находит закрепление в законодательной базе страны.

Конституция Российской Федерации, принятая 12.12.1993 закрепила изменения, произошедшие в социально-экономическом устройстве страны, установила равноправие всех форм собственности, свободу экономической деятельности и предпринимательства, провозгласила право граждан на достойную жизнь и развитие, выбор места жительства и свободу передвижения.

Это послужило конституционной основой активного развития всех видов туризма в стране. Ведущую роль в реализации конституционных положений и законодательном обеспечении современного туризма сыграло принятие Федерального закона РФ от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Большую роль в распространении организационно-правовых форм туристских предприятий сыграли федеральные законы «О производственных кооперативах», «Об акционерных обществах», «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях».

Ведущее организационное значение и функциональную роль в деятельности нарождающихся турфирм сыграли законы «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», «О лицензировании отдельных видов деятельности», «О стандартизации», «О техническом регулировании», «О сертификации продукции и услуг», «О защите конкуренции», «О рекламе»], «О коммерческой тайне», «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» и др. Они

регламентировали порядок создания, реорганизации и ликвидации индивидуальных предприятий и юридических лиц, порядок лицензирования, стандартизации и сертификации их деятельности, осуществления конкуренции и рекламы, информационного обеспечения и государственной поддержки малого предпринимательства в сфере туризма, социально-культурного и гостиничного сервиса.

Правовому укреплению туризма в сложный период реформирования общества способствовали также законы, направленные на осуществление государственного контроля за деятельностью туристических предприятий.

Новгородская область, занимая выгодное положение на Северо-Западе России, является одной из наиболее привлекательных территорий с точки зрения развития туризма, благодаря богатому историческому и культурному наследию в сочетании с природными ресурсами.

Виды туристической деятельности на территории Новгородской области: культурно-познавательный (экскурсионный) туризм; летний и зимний отдых в пансионатах и на базах отдыха; лечебно-оздоровительный туризм; религиозный туризм; деловой туризм; автотуризм; круизы (маршруты «По озерам Валдая», «К Ильмень-озеру», «В край голубых озер»); спортивный туризм (пешие, лыжные, спелеомаршруты, сплавы по реке Мста); детско-юношеский туризм; событийный туризм; паломнический туризм.

Вклад туристской отрасли в экономику Новгородской области ежегодно составляет около 6 млрд. рублей, или почти 4 процента от валового регионального продукта.

Ряд тенденций, которые наблюдаются в сфере туризма, оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на развитие данной сферы в регионе. Положительными тенденциями являются:

- рост количества потребителей туристских услуг из числа граждан Российской Федерации;
- увеличение доли непродолжительных индивидуальных поездок в общей структуре туристского потока;
- рост на внутреннем туристском рынке сегмента автомобильного и семейного туризма.

К отрицательным тенденциям, оказывающим влияние на развитие туризма в области, можно отнести:

- недостаточное развитие инфраструктуры (транспортной, сопутствующей);
- снижение популярности организованных путешествий.

Исходя из этого, приоритетными направлениями политики области в сфере туризма являются:

- разработка комплексного плана развития туризма в области, принятие целевых программ;
- расширение информационного продвижения туристского продукта;
- создание новых интерактивных культурных программ для туристов;

- повышение качества предоставляемых туристских услуг;

- выявление, формирование и поддержка муниципальных туристских центров на территории области, выступающих в качестве точек роста;

- повышение инвестиционной привлекательности туризма;

- разработка и реализация совместных межрегиональных проектов в сфере туризма с соседними регионами

В последние годы разрабатываются предприятиями малого бизнеса в Новгородской области новые туристские программы, сформирован календарь туристских событий, появляются новые проекты и, самое главное, люди, готовые их реализовывать.

По уровню развития туризма в Новгородской области среди 5 мировых городов-лидеров и 5 крупнейших городов Российской Федерации занимает в среднем 2 место, находясь на уровне Гонконга и Парижа [7].

Но все же существует проблема в обеспечении поддержки частных и бизнес-инициатив по развитию туризма на начальном этапе. Предпринимателям в районах, начинающим свое дело в сфере туризма, необходим стартовый капитал для реализации и продвижения своих проектов на рынке. В Новгородской области существуют соответствующие программы, которые позволяют в формате государственно-частного партнерства осуществлять софинансирование проектов, предоставлять льготные займы, поручительства по обязательствам субъектов малого предпринимательства, субсидировать часть затрат на продвижение продукции, осуществление ремесленных видов деятельности и так далее.

Инвестору, приходящему в регион для строительства туристских объектов, в первую очередь важно понимать, что имеется на местах, какие затраты потребуются для обустройства, какие условия готова создать местная власть для того, чтобы потенциальному инвестору комфортно работалось на территории Новгородской области.

В настоящее время средствам областного дорожного фонда в районах ремонтируются дороги, растет число районов, в которые проведен газ, местные администрации готовят земельные участки под размещение объектов туристской и сопутствующей инфраструктуры.

Важной проблемой развития малого предпринимательства в туризме является слабая, несовершенная законодательная база, на которую опирается малое предпринимательство в туризме. Свободная единая законодательная основа деятельности предприятий туристского комплекса отсутствует. Даже имеющаяся законодательная база претворяется в жизнь далеко не полностью.

Малые предприятия туристского комплекса функционируют в условиях, весьма далеких от рыночных отношений. Практика Новгородской области свидетельствует, что в большинстве случаев существует тенденция, согласно которой деятельность малых предприятий стараются втиснуть в рамки административной системы с жесткой регламентацией.

Отсутствует и система статистики и серьезного анализа деятельности

малых предприятий в туристском комплексе, нет надлежащего учета их деятельности в целом. Ограничен доступ малых предприятий и к высоким технологиям.

Также проблемой развития малого предпринимательства в туризме является проблема защиты малого бизнеса, понимаемой как в широком смысле слова (защита от произвола чиновников, и защита от криминальных структур, и защита социальная), так и с точки зрения правового обеспечения.

Причем если все же имеются способы защиты от произвола чиновников, и защиты от криминальных структур - это решения и определенная судебная практика, то проблему социальной защиты по существу необходимо решать с нуля.

В настоящее время необходимо построить новую систему социальной защиты предпринимателей и вписать ее в единую систему социальной защиты общества.

В настоящее время в Новгородской области создаются новые объекты туристической инфраструктуры, улучшается информационное обслуживание гостей области, власти области также пытаются привлечь в регион новых инвесторов. Уровень развития туристской отрасли в Новгородской области оценивается общим состояние туристской инфраструктуры, динамикой изменения туристского потока, вкладом туризма в региональную экономику.

Малый бизнес в сфере туризма функционирует в условиях высокого риска, нестабильности нормативно-правовой базы и динамики рыночной конъюнктуры.

Эффективная государственная поддержка малого бизнеса в сфере туризма, не может осуществляться без формирования конкретного механизма правого обеспечения, позволяющего задействовать все потенциал малого бизнеса и эффективного использования экономических ресурсов.

Общая схема правого регулирования должна включать то, что:

– субъект управления – органы государственного управления в области поддержки малого бизнеса;

– цели, как результаты действия механизма регулирования программ поддержки, методического и правового обеспечения, технологий и процессов обеспечения поставленной цели;

– объекты исследования – объекты малого бизнеса, которые претендуют на государственную поддержку.

Литература.

1. Проблемы, ограничивающие развитие Новгородской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.protown.ru/russia/obl/articles/7673.html (дата обращения 13.06.2020)

2. **Ушанова Е.В.** Туризм как фактор экономического роста Новгородской области [Электронный ресурс] – Режим доступа

http://www.veorus.ru/деятельность/всероссийский-конкурс-научных-работ-молодежи/XVI-конкурс-в-2013-году/Ushanova%20E.V.-EGR-2013.pdf (дата обращения 13.06.2020)

3. Туризм. Основные виды, понятия и направления в туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/turizm.html (дата обращения 13.06.2020)

4. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (ред. от 08.06.2020) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

5. **Гаврилова, И. В.** Развитие малого бизнеса в сфере туризма в России / И. В. Гаврилова, А. А. Каблукова, К. С. Колосова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. - № 10 (114). – С. 659-663.

6. **Кириллов В.П.** Актуальные проблемы правового обеспечения туризма в России [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.spst-journal.org/Archive_article/2008/2008_02/81126534.pdf (дата обращения 13.06.2020)

7. **Омаров М.М.** Исследование максимального туристского потенциала Новгородской области по видам туризма на основе бенчмаркинга ведущих российских и зарубежных туристских городов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-maksimalnogo-turistskogo-potentsiala-novgorodskoy-oblasti-po-vidam-turizma-na-osnove-benchmarkinga-veduschih-rossiyskih-i (дата обращения 13.06.2020)