Рабочие должны бесперебойно снабжаться исправными индивидуальными защитными средствами и спецодеждой.

1. Фомин С.Л. Анализ травматизма в нефтегазовой отрасли // Научный журнал «Нефтяное хозяйство». 2003. Режим доступа: <http://naukarus.com/analiz-travmatizma-v-neftegazovoy-otrasli-v-poryadke-obsuzhdeniya>
2. Ежегодные отчеты о деятельности Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору. Режим доступа: http://www.gosnadzor.ru/public/annual_reports/

Сопина Н.А., Сопин Д.А.

Применение информационно-коммуникационных технологий на предприятиях сферы услуг

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет
(Россия, Белгород)*

doi: 10.18411/lj-30-11-2017-60

idsp: 000001:lj-30-11-2017-60

Аннотация

Информационные технологии охватывают области поиска, сбора, хранения, передачи и восприятия информации. Они могут решать задачи по эффективной разработке информационного процесса с целью снижения затрат материальных ресурсов, энергии, труда и времени во всех сферах жизни современного общества и каждого человека отдельно.

Ключевые слова: информационные, коммуникационные технологии, видеочат, блог, подкаста, сфера услуг, реклама.

Информационные технологии – это методы и процессы сбора, обработки, хранения, предоставления и распространения информации, а также способы осуществления таких методов и процессов.

Информационные и коммуникационные технологии прочно вошли в нашу жизнь. Современные устройства и программы помогают предприятиям более полно информировать клиентов об услугах, например, с помощью интерактивного сайта и получать необходимую консультацию. А с помощью блогов, в которых описывается процесс оказания услуги, можно заинтересовать потенциального клиента, ответив на его вопросы. В этом случае информация о работе предприятия будет распространяться уже гораздо дальше виртуального пространства, поскольку клиенты возможно будут советовать успешную фирму своим родственникам, друзьями и знакомым.

Некоторые предприятия сферы услуг могут также использовать видеочаты в общении с потребителями. Они могут применяться в качестве основного способа связи с клиентом на расстоянии, помимо электронной почты и телефонных звонков, которые будут лишь дополнять визуальный контакт. Сейчас можно бесплатно работать с такими программами видеочата, как Skype, Oovoo, MSN Messenger и др., в скором времени данная возможность будет встроена в веб-страницы без потери качества видео- и аудиопотока. Визуальное общение через смартфон или планшет – это уже реальность и выход для тех, кто находится вдали от офиса или дома, хотя скорость передачи информации из Интернета через сотовые сети еще недостаточно высока, что не позволяет общаться через видеочат непринужденно. В целом визуальный контакт с клиентом будет помогать сервисным менеджерам выявлять его потребности и даже предупреждать возникновение новых с тем, чтобы максимально быстро и качественно их удовлетворить.

Сервисным менеджерам удобно сначала наладить контакт с потенциальным клиентом через социальные сети или сайт фирмы, а уже потом использовать в коммуникациях видеочат. Если неполадки в сети служат препятствием в дальнейшем общении, то удобно общаться по телефону или посредством коротких сообщений.

Электронная почта эффективна, если менеджеру требуется выслать какие-либо рекламные или иные материалы клиенту перед тем, как он посетит предприятие сферы услуг. Даже если клиент уже воспользовался услугами предприятия, то свежие рекламные материалы о работе фирмы могут привлечь снова его внимание.

Часто потребитель не хочет быть узнанным в сети Интернет и единственным способом общения с ним остаются текстовые сообщения или текстовый онлайн-чат. Исследователи отмечают, что большинство клиентов остаются довольными после общения с консультантом фирмы через подобный чат, так как там можно задать любой короткий вопрос и получить на него соответствующее разъяснение. Стремление к анонимности может быть связано еще с тем, что некоторые потребители не хотят афишировать собственные проблемы, например, трудности в бизнесе, вопросы юридического характера, проблемы со здоровьем и др. В любом случае текстовый чат предоставляет необходимую анонимность и позволяет при этом получить консультацию.

Другими видами технологических новинок, которые могут быть применены предприятиями сферы услуг для взаимовыгодного контакта с клиентами, могут выступить видеоигры, подкасты и блоги. Некоторые инициативные предприниматели в России уже давно заметили, что известные мировые бренды публикуют свою фирменную символику на реквизите для кинофильмов, а поскольку их смотрит большое количество людей, информация подсознательно воспринимается ими, что ведет в конечном итоге к увеличению объемов продаж. Этот способ имеет свои преимущества перед другими способами продвижения услуг, так как он краток и ненавязчив, по сравнению с остальными. Единственным препятствием для небольшого предприятия сферы услуг является высокая стоимость публикации рекламы в кино.

В последнее время данный вид рекламы проник и в видеоигры. Предприятие, которое публикует фирменную символику в видеоиграх можно охарактеризовать как компанию, которая планирует свой бизнес на долгосрочную перспективу. Она рассчитывает на молодых потребителей, которые впоследствии, возможно, станут постоянными клиентами.

Помимо видеоигр, на рынке сейчас представлены игры, имеющие целью ввести играющего в иную реальность, и если в этой реальности играющий встретит знакомое название предприятия сферы услуг, то, возможно, он воспользуется его услугами в ближайшее время. Можно создать в видеоигре обстановку, которая будет описывать жизненную ситуацию, связанную с оказанием какой-либо бытовой или платной услуги с тем, чтобы заинтересовать потребителя. Многие игры сейчас имеют некоторое медитативное свойство, они расслабляют играющего, и в этом состоянии он легче воспринимает информацию. Поэтому ведущие маркетологи и менеджеры стремятся использовать эту особенность для продвижения своих услуг.

Подкаста как одна из новых форм подачи информации потребителям предприятий имеет много общего с радио передачами и практически ничем от них не отличается, кроме того, подкасты передаются по сети Интернет, их можно загрузить и прослушать. Многие подкасты бесплатны, их записывают профессиональные ведущие, которые приглашают поучаствовать в записи различных специалистов, и поэтому услышанная информация часто имеет эксклюзивный характер, т. е. в средствах массовой информации ее получить не удастся. Так происходит потому, что специалисты часто делятся собственным опытом, рассказывают различные истории из своей рабочей практики и, таким образом, завоевывают доверие слушателя. Подкасты имеют более узкую аудиторию, по сравнению с радио или телевидением, они более неформальны, т. к. подобную передачу может записывать любой Интернет-пользователь, имеющий микрофон и наушники.

В сети можно найти подкасты с советами по релаксации, воспитанию ребенка, управлению финансами и др. Возможно создание тематического подкаста, посвященного оказанию какого-либо вида или нескольких видов услуг, где можно было бы услышать рекомендации профессионалов. Менеджеры могут использовать различные случаи из жизни своих клиентов как способ заинтересовать новых клиентов получить

определенную услугу. Исследователи отмечают, что прослушивание подкаста является даже более непринужденным способом получения информации, чем чтение книги или статьи. В любом случае данный вид подачи материала не оставляет никого равнодушным [3].

И, рассмотрим блоги как еще один из способов продвижения услуг на рынок. Исполнители услуг могут вести блоги, в которых будет представлено описание их работы, даны ссылки на ресурсы, имеющие к ней отношение, другая полезная информация для клиента. Ссылки могут вести на специализированный сайт, посвященный проблемам сферы услуг, либо сайт ассоциации предприятий, где потребители будут находить полезные статьи, подсказки. Следовательно, время работников предприятий сферы услуг будет расходоваться более эффективно, они смогут заниматься оказанием услуг, в то время как потенциальные клиенты будут интересоваться их работой на электронных ресурсах и делать свой выбор в пользу более профессиональных и опытных специалистов [3].

Несмотря на все преимущества использования инфокоммуникационных технологий, существуют и ограничения, основным из которых является отсутствие доступа сети Интернет у многих людей, особенно пожилых, которые не интересуются новинками, но при этом пользуются услугами предприятий сферы услуг, расположенных неподалеку. В библиотеках, кафе, на почте можно найти компьютеры с доступом в сеть Интернет, но компьютер в целом нельзя назвать интуитивно понятным устройством, особенно для людей в возрасте. Еще сложнее воспринимаются такими людьми видеоигры, они не находят в них ничего полезного. С другой стороны, влияние видеоигр на психику человека еще недостаточно изучено.

Таким образом, понятие информационно-коммуникационных технологий состоит из двух независимых процессов: информационных технологий и коммуникаций. Два данных процесса являются базовыми в процессе повышения эффективности систем управления организацией. Главная цель информационных технологий – гарантировать эффективное применение информационных ресурсов для поддержки принятия решений, для обеспечения конкурентоспособности отделов компании с учетом мнения постоянных и потенциальных клиентов, при создании стратегических планов развития компании. Именно поэтому применение информационно-коммуникационных технологий является актуальной и важной задачей предприятий сферы услуг.

1. Столяренко, А. В. Применение информационно-коммуникационных технологий в деятельности предприятий туристской сферы [Электронный ресурс] / А. В. Столяренко, А. А. Данильченко // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 1. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/01/77660> (дата обращения: 29.09.2017).
2. Столяренко, А. В. Информационно-коммуникационная среда туристско-рекреационного предприятия Крыма [Электронный ресурс] / А. В. Столяренко, Д. Э. Мухин // Таврический научный обозреватель. – 2017. – № 1 (18). – URL: <https://cyberleninka.ru>

Старостин Н.П., Аммосова О.А.

Решение осесимметричной задачи теплопроводности при разработке технологии электромужфтовой сварки полиэтиленовых труб при низких температурах

ФГБУН Институт проблем нефти и газа СО РАН

(Россия, Якутск)

doi: 10.18411/lj-30-11-2017-61

idsp: 000001:lj-30-11-2017-61

Аннотация

Теоретически исследуется тепловой процесс электромужфтовой сварки полиэтиленовых труб для газопроводов при температурах воздуха ниже нормативных на основе решения осесимметричной задачи теплопроводности. Используемая