

*Научный руководитель: профессор Северянин В. С.*

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ ЦЕНТРА РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ОТДЫХА «ЭМОЦИУМ»

В настоящее время экономика Республики Беларусь находится на стадии депрессии, что вызывает необходимость искать пути дальнейшего выхода национальной экономики из кризиса. К сожалению, при поиске очень часто делается упор на использование уже существующих технологий, что неэффективно хотя бы с такой позиции: спрос, удовлетворяемый с использованием существующей технологии, уже частично погашен, в то время сама удовлетворяемая потребность эволюционирует, видоизменяется.

При прогнозировании изменения потребности, соответственно нового товара, товара будущего, следует учитывать, что НТП - это все-таки многогранное явление: с одной стороны, постоянно растет масса и разнообразие вещей; с другой - люди не только реализуют свой потенциал, но и развивают свои ЧУВСТВА, свое МЫШЛЕНИЕ, свои сущностные силы. Развивают их в современном мире посредством туризма и посещения различных достопримечательностей, посредством попытки открыть хотя бы для себя что-то новое, еще не познанное. Об этом свидетельствует ежегодное увеличение количества туристов, внешних, приезжающих к нам страну, и внутренних; посещающих достопримечательности родного государства, а также активно познающих быт и культуру других народов.

На данный момент покоренной вершиной удовлетворения человеческой потребности в новых и приятных ощущениях являются водные парки. Пик их строительства в Европе был уже лет 20 назад, и теперь аквапарками наполняется почти «пустое» пространство СНГ. Очень часто заказчиками строительства аквапарков являются муниципальные органы, в чем (в направленности на строительство известных, а в особенности жителям Западной Европы и североамериканцам, комплексов) автор усматривает негативные оттенки. Европа опять-таки стремится продлить жизненный цикл своих изобретений, тогда как заметного оживления в индустрии туризма принимающей от Европы «подарки» страны нет. Это как старая машина, через границу проходит, а для страны сальдо поступивших денег отрицательное, ведь ТУДА ушло значительно больше денег, чем было получено в виде таможенных пошлин. Гораздо эффективнее работала бы экономика страны, если бы мы изобретали что-то принципиально новое и реализовывали бы это у себя дома, здесь, на родине.

Именно с принципом - изобретай, а не строй известное, а значит, малоинтересное для потребителей - нужно подходить к проблеме экономического оживления, как это и было сделано при разработке идеи и макета ЦЕНТРА РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ОТДЫХА (ЦРО), Центра эмоционального воздействия на человека под торговой маркой «ЭМОЦИУМ». Возможно, в случае реализации ЦРО «ЭМОЦИУМ» настигнет судьба компаний «Ксерокс и Ю», «Аспирин», «Лейджер», «Джип» и «Памперс» (чи названия из имен собственных превратились в имена нарицательные, в наименования товаров, производимых ими), и он станет известным всему миру, а через 10-20 лет после строительства первого ЦРО вместо аквапарков самыми популярными у потребителей станут ЭМОЦИУМЫ.

При создании новых товаров и услуг нужно учитывать также принцип энергосбережения. В настоящее время проблема энергосбережения в Республике Беларусь стоит достаточно остро. Это не удивительно, если учитывать, что импорт энергоресурсов республики обходится в 2 млрд. USD в год, а это - почти половина бюджета страны. К сожалению, проблема энергосбережения решается очень неэффективно. Возможно, такая эффективность из-за того, что каждый из нас в отдельности и общество в целом неправильно понимает суть энергосбережения. Часто термин «энергосбережение» понимается ограниченно, в локальном масштабе: экономия на объемах потребления энергии конкретного предприятия. Если же смотреть в более широком диапазоне, можно указать, что эффективность энергосбережения зависит от того, каким образом будут распределены все имеющиеся в наличии у государства ресурсы. Они либо расходуются на производство тех товаров, которые идут на склад, либо способствуют национальному процветанию путем производства той продукции, которая будет востребована потребителем, удовлетворяя его потребности наиболее полно и, возможно, новым, более экономичным способом.

Энергосбережение - это достижение максимально эффективного сочетания ресурсов, как энергетических, производственных, так и человеческого потенциала. Благодаря энергосбережению в выше обозначенном смысле Беларусь нашла бы свое место в международном разделении труда, и возможное увеличенное потребление внешней энергии «покупалось» бы за счет экспорта принципиально новых товаров и услуг, таких как представляемая идея ЦРО «ЭМОЦИУМ».

Можно утверждать, что эффект (эффективность мероприятий по энергосбережению) от внедрения ЦРО будет достаточно высоким по ряду причин. В первую очередь, следует учитывать специфику ЦРО, который является целостностью (а не эклектикой!) таких мероприятий, учреждений, организаций как аквапарк, солярий, музей, кинотеатр, курорт, стадион.

Одной из главных причин, почему необходимо при строительстве ЦРО «ЭМОЦИУМ» исходить из принципов энергосбережения, является кроме всего прочего возможность быстрого копирования конкурентами отдельных особенностей ЦРО, соответственно будет возрастать уровень конкуренции. За счет принципов энергосбережения можно будет сократить срок окупаемости инвестиционного проекта, и сэкономленные средства пустить на совершенствование и дальнейшее развитие качества удовлетворения потребностей посетителей.

Принцип композиции ЭМОЦИУМА состоит в том, что все его элементы взаимодействуют друг с другом и взаимодополняют при эмоциональном (оздоровительном) воздействии на человека. Цветокиномузыка, цветотерапия, ароматерапия, стереоскопия и стереофония взаимодействуют, а не воздействуют на подсознание потребителя по отдельности.

Весь внутренний мир ЭМОЦИУМА разделен на две части: холодная - теплая; мужская - женская. В зависимости от этого находятся даже аттракционы: На мужской половине, например, аттракцион «Мертвая петля» - для сильной половины человечества, в большей степени любящих экстрим. На женской части - аттракцион «Обратный водопад».

При оформлении центра планируется активное применение специфики цветов, частоты излучения: холодные - голубой, синий, зеленый цвет

с голубым оттенком и горячие - красный, оранжевый, желтый, зеленый цвет с желтым оттенком.

Представление проекта «ЭМОЦИУМ» будет начато с внешней оболочки, с того, что увидит будущий потребитель эмоционального воздействия при приближении к зданию ЦРО.

1. Шпиль. Новизна и оригинальность его состоит в легкости конструкции. Вместо тривиально твердого покрытия предполагается использовать легкий пленочный материал, благодаря этому расходы будут значительно снижены и будет обеспечена безопасность потолочного покрытия для посетителей. Шпиль - это воздушный шар, в который подается горячий воздух. Подобных покрытий в мире пока нет.

2. Фонтаны, стоящие позади здания, отличаются от обычных тем, что у них использованы дополнительные элементы повышения визуального восприятия и воздействия - украшающие элементы, прикрепленные к основанию фонтана специальным тросом строго определенной длины. Трос не позволяет струе воды сбить украшающие элементы и заставляет их вращаться. Кроме того, использование таких украшающих элементов позволяет предложить вместо воды «вращателя» использовать воздух «вращатель». Использование воздушных фонтанов гораздо экономичнее, тем более что в географических условиях, которыми характеризуется Беларусь, освежающий эффект воздуха достаточен.

3. Фонтаны, стоящие перед зданием, создают иллюзию бегущей волны. Данный эффект достигается благодаря использованию спирали, которая при вращении поэтапно перекрывает струю фонтана.

4. «Земля» - шар, который будет висеть и вращаться благодаря воздушным струям, исходящим из расположенных снизу сопл.

5. «Комета».

Внутренний мир характеризуется единством светового, запахового, звукового воздействия на психику потребителя. Реализуется: цветомузыка, цветотерапия, ароматерапия, стереоскопия и стереофония.

Внутри зданий находятся:

1. Массажеры.

2. Водяные купола - это своеобразные миниатюрные водопады. Посетители водяного купола будут отделены от внешней среды сплошной струей воды, им предоставляется возможность дышать кислородом, хвойным лесом, морским бризом, соляной пещерой. Новым в этом куполе является использование специальных ароматизаторов, а также конструкция аттракциона, так как в предшественнике - «ГРИБЕ» - сверху для разбрасывания воды используется шляпка-круг, а в воздушных куполах - круга нет.

3. Аттракцион «Полет» позволяет посетителям самостоятельно регулировать силу броска. Достоинство аттракциона в том, что «при водняхешься» не на обычную поверхность, (с резким разделом жидкой и газовой среды), а в водяную массу, наполненную воздушными пузырьками. Можно провести для более полного восприятия ощущения аналогю с пористым шоколадом, который во рту в отличие от простого шоколада мягко тает.

4. Водная и водяная карусели. Водная карусель представляет собой стойки, на которых вращаются перекладины. К перекладинам на рав-

ном расстоянии от оси прикреплены скамейки (сидеть), резиновые дельфины (плыть по кругу), кольца (кружиться на водных лыжах).

5. Атракцион «Мертвая петля» новый в силу того, что такую крутую петлю еще в водных аттракционах не использовали. Ощущения при этом должны быть, определенно, гораздо более яркими, чем при существующем аттракционе, предназначенном для экстрималов - «Камикадзе».

6. «Обратный водопад» - это река, повернутая вспять. Вода по замыслу должна бить поступательно фонтаном определенной силы и стекать по краям горки. Таким образом, при медленном массирующем спуске потребитель получит еще одну порцию эмоционального воздействия. Следует заметить, что подобных аттракционов в мире нет.

7. И многое другое.  
«ЭМОЦИУМ» - центр эмоционального воздействия на человека, центр, который ставит своей целью доставление наслаждения человеку, доставление новых ощущений и возврат к старым приятным переживаниям, которые невозможно воспроизвести в нормальных условиях. Это генератор не только положительных ярких эмоций (радость, наслаждение, смех), но и таких, как тоска. Если человек хочет потосковать, он может вызвать специализированных в этой области чувств сотрудников, которые попытаются более точно угадать желаемое настроение клиента и с помощью одновременного воздействия на все органы зрения вызвать подобное ощущение.

Хотелось бы, в случае дальнейшего продвижения идеи Центра, порекомендовать при ориентации на потребителя из других стран с другими моральными устоями и ментальностями уделять должное внимание кросскультурным различиям. Именно в этом случае будет успех у ЦРО «ЭМОЦИУМ», у создателей данного комплекса. Главная цель «ЭМОЦИУМА» - формирование постоянного клиента (покупает товар или услугу у единственного поставщика), а возможно и надежных друзей (высоко ценят компанию) и партнеров (поощряют других приобретать продукции фирмы).

Настоящая идея имеет не только большую значимость для народного хозяйства, но и имеет ряд эффектов: социальный (создание новых рабочих мест), экономический, формирование чувства национальной гордости и национального уважения. ЭМОЦИУМ - комплекс, который может создать туристический имидж страны.

Атракционы и многие элементы центра - товары высокой рыночной новизны, что позволило бы очень хорошо заработать за счет гибкости цены.

УДК 624.155.001.24

ЧЕРНЮК М.В.

*Научный руководитель: доцент Сташевская Н.А.*

#### УСТРОЙСТВО ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ВИНТОНАБИВНЫХ СВАЙ

Наиболее актуальными и сложными задачами в области свайного фундаментостроения являются разработка, исследование и внедрение высокоэффективных промышленных, экономичных и надёжных конструкций свай, погружаемых с минимальными затратами энергии и обес-