

ВВГУ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный
университет»

XXVI

Материалы Международной
научно-практической
конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ
ВУЗОВ –**

**НА РАЗВИТИЕ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
РЕГИОНА РОССИИ
И СТРАН АТР**

10–12 апреля
2024 г.
В четырех томах
Том 3

ISBN 978-5-9736-0733-3 (Т. 3)



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXVI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
10–12 апреля 2024 г.

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Том 3

Владивосток
Издательство ВВГУ
2024

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР :** материалы XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.) : в 4 т. Т. 3 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ; Электрон. текст. дан. (1 файл: 16,0 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0733-3

Включены материалы XXVI международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.).

Том 3 включает в себя следующие секции:

- Математическое моделирование и информационная безопасность в цифровой экономике.
- Актуальные проблемы науки и практики в сфере частного и публичного права.
- Актуальные проблемы педагогической науки и практики.
- Современные тенденции образования актуальные тренды педагогики и психологии.
- Информационные технологии теория и практика.
- Электронные технологии и системы.
- Окно в цифровой мир информационного общества.
- Программное обеспечение разработка, развёртывание, архитектура.
- Семья и дети в условиях современной социальной реальности.
- Культура в современном мире и профессиональной деятельности.
- Актуальные вопросы безопасности и сервиса автомобильного транспорта.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0733-3

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2024
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 25.09.2024 г.

Объем 16,0 МБ. Усл.-печ. л. 49,55

Тираж 300 (I–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Андронов З.С., Дорошенко С.А., Морозов Д.В., Галимзянова К.Н.</i> Роль машинного обучения и традиционных алгоритмов в исправлении ошибок	8
<i>Басов Д.Г., Коровин А.П., Чэнь И.А., Галимзянова К.Н.</i> Разработка телеграм-бота для финалистов МиМ ВВГУ	12
<i>Дембровский Н.Ю., Кучерова С.В.</i> Разработка сайта оптовой компании с веб-ботом Telegram	17
<i>Колесников Е.С., Завалин Г.С.</i> Создание сервиса для мониторинга анкетирования по оценке качества работы ППС	20
<i>Коровин А.П.</i> Применение чат-ботов для улучшения образовательного процесса.....	23
<i>Маслов Э.Ю., Кучерова С.В.</i> Оптимизация процесса внедрения новой оптической системы на примере телекоммуникационной компании.....	25
<i>Леонова Д.А., Кучерова С.В.</i> Моделирование оттока абонентов телекоммуникационной компании с помощью машинного обучения	28
<i>Малыгина К.Д., Ключкова О.И.</i> Экология Владивостока в эконометрической модели стоимости жилья.....	32
<i>Унковский Б.Д., Трегубов К.Д., Ключкова О.И.</i> Угрозы безопасности информации на основе решения системы дифференциальных уравнений хищник – жертва	35

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ПРАКТИКИ В СФЕРЕ ЧАСТНОГО И ПУБЛИЧНОГО ПРАВА

<i>Двойнова Е.А., Пурге А.Р.</i> Некоторые особенности регулирования труда несовершеннолетних на территории Российской Федерации	39
<i>Жуковина М.Г.</i> Актуальные вопросы правового регулирования железнодорожных перевозок грузов в контейнерах по российскому законодательству	42
<i>Лисина Э.Г., Ниязова М.В.</i> Преференциальный режим дальневосточных свободных экономических зон: динамика градостроительного законодательства.....	46
<i>Полякова Е.В.</i> Проблемы юридической ответственности в информационной сфере.....	50
<i>Тен Ми Ок, Ниязова М.В.</i> Динамика Федерального закона об особых экономических зонах в Российской Федерации.....	54
<i>Хоботнева А.В.</i> Освоение южного полюса Луны: правовые аспекты установления юрисдикции в космосе.....	57

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ НАУКИ И ПРАКТИКИ

<i>Баламатова А.А., Безнос Н.С., Ни Ж.В.</i> Развитие и тренировка лексических навыков при обучении корейскому языку	61
<i>Буйненко Ю.А.</i> Формирование и развитие критического мышления на уроках английского языка в начальной школе	66
<i>Голикова В.А., Налетка О.А.</i> Обучение написанию эссе на материале англоязычных тематических журналов.....	70
<i>Дадонова А.А., Чернышева А.С.</i> Мультфильмы как средство формирования лексических навыков на уроках английского языка в средней школе.....	73
<i>Зорина О.В., Морозова Ю.В.</i> Специфика изучения английских фразовых глаголов в средней школе	78
<i>Ширяева К.И., Титовская А.В.</i> Использование чат-ботов при обучении иностранному языку в средней школе	81

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ПЕДАГОГИКИ И ПСИХОЛОГИИ

<i>Бикетова У.А., Ширяева Р.Ю., Страмоусова С.А., Новожилова Л.Е.</i> Анализ использования электронных образовательных ресурсов в обучении	86
--	----

<i>Волкова Т.Ю.</i> Экзистенциальные мотивации студентов СПО	89
<i>Деменок Е.П., Кенсарина М.В.</i> Национальные ценности РФ – основа воспитания молодежи	94
<i>Заикина А.А., Груздева Т.Г.</i> Красота на стыке времен: сравнительный анализ стандартов и восприятия разных эпох в литературе	98
<i>Захарова А.И.</i> Мотивы и осознаваемые риски выбора профессии «Педагог начальных классов» студентов первого курса филиала ВВГУ в г. Артем	101
<i>Колесник А.С., Титовская А.В.</i> Мультимедийные презентации как средство формирования лексических навыков на уроках английского языка.....	105
<i>Костюк И.Е.</i> Оценка отношения обучающихся к цифровизации образования	110
<i>Недбайлова В.В., Титовская А.В.</i> Использование аутентичных текстов англоязычных журналов для развития грамматических навыков учащихся старшей школы.....	114
<i>Рязанцева Л.С.</i> Социальный портрет студента Владивостокского государственного университета	116
<i>Токарь У.А., Капустина Т.В.</i> Защитные механизмы у людей с нормальным и патологическим перфекционизмом	121
<i>Топорина А.В., Гонцовская Е.В.</i> Патриотическое воспитание в Приморском крае: особенности и перспективы развития	124
<i>Черняева Д.А., Ткаченко Л.Е.</i> Распространённость расстройства пищевого поведения среди студентов 1–4 курсов образовательного учреждения среднего профессионального образования.....	130
<i>Якименко Д.А., Кенсарина М.В.</i> Мультимодальное обучение-тренд российского образования	133

Секция. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<i>Бабиев И.В., Луцик А.Н., Николаенко В.М.</i> Разработка системы управления и исследование особенностей движения по программной траектории учебного робота «Finchrobot»	136
<i>Батожок Н.В.</i> Проектирование комплекса программ для поддержки работы кондитерского предприятия.....	139
<i>Воскобойников В.В.</i> Разработка системы распределения задач на проектах по разработке программ	142
<i>Ефремова К.В.</i> Проектирование и разработка модуля учета состояния номеров базы отдыха.....	147
<i>Котков А.С.</i> Теория и практика удаленной загрузки компьютеров с использованием iPXE	150
<i>Лаврешин Н.Д.</i> Проектирование и разработка модуля по расчёту зарплаты для предприятия ООО «РУССКИЙ ВОСТОК»	156
<i>Лобанов А.Е.</i> Проектирование и разработка веб-сайта для образовательной организации «Лингва-Плюс»	160
<i>Лобанов Н.Е.</i> Проектирование сайта для учреждения дополнительного образования «БайтЛэнд»	163
<i>Малый Д.К., Богданова О.Б.</i> Автоматизация рабочего процесса в гидро-метеослужбе.....	166
<i>Мартынюк А.Р., Богданова О.Б.</i> Применение API карт 2ГИС при разработке мобильных приложений	170
<i>Петроченко С.А.</i> Разработка веб-сервиса для обработки заявок пользователей	174
<i>Примаченко А.А.</i> Разработка системы обработки обращений абитуриентов в ИТ колледже ФГБОУ ВО «ВВГУ».....	178
<i>Рожков М.М.</i> Автоматизация учёта эффективности работы менеджеров отдела продаж.....	182
<i>Суханов М.Ю., Богданова О.Б.</i> Автоматизация процесса продаж услуг хостинг провайдера.....	186
<i>Шерстянов Р.Ю., Лаврушина Е.Г.</i> Разработка сервиса отображения мнемосхемы состояния основного производственного оборудования цементного завода в формате браузерного приложения.....	190
<i>Шутов К.С.</i> Проектирование и разработка универсальной архитектуры для автономного и дистанционного управления беспилотным аппаратом	195
<i>Яковенко А.В., Кийкова Е.В.</i> Разработка казуальной мобильной игры	198

Секция. ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СИСТЕМЫ

<i>Алламов М.В., Белоус И.А.</i> Разработка сервера технической диагностики и баз копий для локальной сети	202
<i>Андрякин В.Ю., Белоус И.А.</i> Разработка плана модернизации беспроводной сети для отеля.....	205
<i>Бугров Н.а., Белоус И.А.</i> Проектирование фрагмента волоконно-оптической линии связи.....	209
<i>Гасанов А.Ш., Гамаюнов Е.Л., Зацерковный А.В.</i> Разработка модуля подводного наблюдения и метризации	211
<i>Гасанов А.Ш., Рослов Н.А., Цой В.Г., Белоус И.А.</i> Малобюджетные варианты антивирусной защиты серверов на базе Unix-подобных систем.....	221
<i>Истомин В.А., Кирдянкина А.Р., Оревский Р.К., Евстифеев А.А.</i> Пешеходно-адаптивные светофоры	225
<i>Новосельцев Д.А.</i> Разработка интерактивного приложения по размещению образовательного контента для МБУ Музейно-выставочного центра г. Дальнегорска.....	232
<i>Петров С.Д., Белоус И.А.</i> Проектирование структурированной кабельной системы.....	235
<i>Пешков Л.А., Кригер А.Б.</i> Разработка информационной системы мониторинга активности пользователей Lms – системы управления обучением.....	239
<i>Рослов Н.А., Тувеев А.В.</i> План модернизации локальной корпоративной сети	243
<i>Румянцев А.А., Тувеев А.В.</i> Проектирование мультисервисной сети офисного здания	247
<i>Цой В.Г., Белоус И.А.</i> Проектирование локальной линии связи торговой сети предприятия Novabev Group.....	251

Секция. ОКНО В ЦИФРОВОЙ МИР ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

<i>Бунин И.В., Кийкова Е.В.</i> Применение искусственного интеллекта при создании устройств народного мониторинга окружающей среды	255
<i>Каравайцева В.А., Холохон А.К., Котов А.Ю.</i> Автоматизация процесса заселения в общежитие	258
<i>Серебряков А.А.</i> Применение инфразвука в информационных технологиях	261
<i>Степулёв Д.В.</i> Применение нейросетей в обработке радиосигналов	264
<i>Михайлова М.С., Иванова О.Г.</i> Авангардизм и Иммерсивное искусство	267

Секция. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗРАБОТКА, РАЗВЕРТЫВАНИЕ, АРХИТЕКТУРА

<i>Авраменко С.О.</i> Проектирование системы поддержки пользователей веб портала компании ООО «Цифровое Приморье».....	270
<i>Бучнев Я.Н.</i> Разработка сайта с CRM-системой для предприятия ООО «КЭШ».....	274
<i>Демьянов М.а., Соболевская Е.Ю.</i> Разработка приложения «CAD PIPES»	277
<i>Жуков Д.Я., Можаровский И.С.</i> Разработка системы информирования о судовых суточных донесениях для предприятия ООО «Пасифик Марин Тролерз»	281
<i>Залесков Н.А.</i> Оптимизация процесса обмена данными: разработка генератор пайплайнов APACHE AIRFLOW для мониторинга метрик качества данных	284
<i>Захаров Д.С., Можаровский И.С.</i> Разработка мобильного приложения для информирования сотрудников компании	287
<i>Исаенко П.В.</i> Разработка системы мониторинга клиентского оборудования для дата-центра ООО «Кей Поинт».....	290
<i>Костенко И.Д., Можаровский И.С.</i> Разработка мобильного приложения для доставки еды для ООО «КЭШ».....	294
<i>Крестников Г.С.</i> Проектирование и разработка информационной системы для органов исполнительной власти Сахалинской области.....	298
<i>Кузьмин И.П.</i> Разработка модуля связи для обмена короткими сообщениями-командами в квест-играх ООО «Пандорум».....	300
<i>Липатова С.И.</i> Проектирование интернет-магазина «TV-век», г. Южно-Сахалинск.....	303

<i>Логачев Е.М.</i> Архитектурные решения при реализации программной системы по 3D реконструкции объектов в динамической сцене.....	307
<i>Маркер К.В.</i> Проектирование и разработка мобильного PWA приложения по улучшению контроля бронирования мест в игровом клубе для предприятия «ИП Берсенев Г. Ю.»	310
<i>Милюткина А.С.</i> Обмен данными между 1С:ERP и 1С:WMS	313
<i>Николаев М.А.</i> Извлечение пользовательского медиаконтента из сети обмена сообщениями: обоснование необходимости и схема взаимодействия клиента с системой.....	316
<i>Плутцкий Д.А.</i> Оптимизация производительности исторически сложившейся CRM системы с целью уменьшения времени отклика на запросы пользователя	321
<i>Радионов В.А.</i> Разработка программного инструментария для событийных мероприятий на примере ООО «Павильон»	327
<i>Роцин И.В.</i> Разработка сервиса самообслуживания клиентов в получении кредитов для компании АО «Восток АйТи Сервис»	330
<i>Рындин А.А.</i> Микросервисная архитектура, способы общения сервисов	334
<i>Савостьянов А.Г.</i> Причины выбора Python как язык программирования нейросетей	337
<i>Скрипниченко А.Д., Кийкова Е.В.</i> Разработка квестовой игры для большого дальневосточного квест-проекта	341
<i>Суртаев С.А.</i> Создание цифровой платформы взаимодействия сообществ “Сила сообществ”	344
<i>Теличко В.Д.</i> Использование CDN для передачи медиафайлов	349
<i>Цой М.Э.</i> Разработка образовательной платформы для курсов по графическому дизайну	353
<i>Шелег Г.С.</i> Проектирование и разработка системы учета оборудования представленного клиентам.....	358
<i>Юдинков К.А., Можаровский И.С.</i> Разработка системы формирования витрин данных для бизнес-аналитики ООО “ТД Детских Товаров”	361
<i>Ярославцев В.К.</i> Разработка система виртуальной реальности для учебных заведений	364

Секция. СЕМЬЯ И ДЕТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

<i>Боброва О.А., Хван И.С.</i> Проблемы организации дошкольного образования в Российской Федерации.....	368
<i>Быкова С.Р.</i> Videоблог: новый путь развития образования	372
<i>Закаблукотская А.А., Богданов С.Д.</i> Представления об информационной грамотности у старших школьников (на примере юношей и девушек г. Владивосток).....	375
<i>Слепцова В.Е., Слугина А.В., Орлова Н.А.</i> Дневник как инструмент социологического исследования: опыт применения	378
<i>Синельникова Ж.В., Черемискина И.И.</i> Психологическое консультирование тревожных дошкольников по вопросу агрессии и страхов.....	381

Секция. КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

<i>Ким Гым Сун, Метляева Т.В.</i> Исследование приемов по совершенствованию имиджа бортпроводника авиакомпании «Аврора»	386
<i>Мухортова И.А.</i> Учреждения культуры и искусства в системе региональной экономики Приморского края	394

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ И СЕРВИСА АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

<i>Авакумов А.Е., Тунгусова Е.В.</i> Анализ подходов и методов оценки функционирования городского пассажирского транспорта	398
<i>Емельянова В.А., Яценко А.А.</i> Применение чеканки в упрочнении поверхностного слоя в отдельных элементах конструкции автомобиля	402

2. Венгер А.Л. Психологические рисуночные тесты: Иллюстрированное руководство. – Москва: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС. – 2003. -160 с.

3. Косачева Е.В. Особенности тревожных состояний у детей старшего дошкольного возраста – Текст: электронный // Молодой ученый. – 2021. – № 10 (352). – С. 162-164. – URL: <https://moluch.ru/archive/352/78990/>.

4. Лаптева Ю.А., Чертенкова Г.И. Проявление тревожности у детей 4-7 лет – Текст: электронный // Проблемы современного педагогического образования. – 2023. – №79-3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proyavlenie-trevozhnosti-u-detey-4-7-let>.

5. Ледовских И.А. Изучение личностных особенностей старших дошкольников, воспитывающихся в семьях с супружескими конфликтами – Текст: электронный // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – №67-3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-lichnostnyh-osobennostey-starshih-doshkolnikov-vospityvayuschih-sya-v-semyah-s-supruzheskimi-konfliktami>.

Секция. КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 316.7

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЕМОВ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ИМИДЖА БОРТПРОВОДНИКА АВИАКОМПАНИИ «АВРОРА»

Ким Гым Сун, бакалавр
Т.В. Метляева, канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В данной статье анализируются подходы к основным понятиям профессионального имиджа, особенности, способствующие формированию позитивного восприятия бортпроводников авиакомпании «Аврора». Исследуются методы оценки личного и профессионального имиджа. Представлены конкретные примеры для тех, кто стремится повысить свой профессиональный имидж в авиации. Статья предлагает ценные советы и наблюдения, основанные на различных методах исследования. Анализируются подходы к определению понятий: имидж, профессиональный имидж, имидж бортпроводника.

Ключевые слова: имидж, профессиональный имидж, авиакомпания «Аврора», имидж бортпроводника, совершенствование имиджа, профессиональная этика, тренинг.

A STUDY OF TECHNIQUES FOR IMPROVING THE IMAGE OF A FLIGHT ATTENDANT AT AURORA AIRLINES

Abstract. This article analyzes approaches to the basic concepts of professional image, features that contribute to the formation of a positive perception of flight attendants of Aurora Airlines. Methods for assessing personal and professional image are explored. Specific examples are presented for those seeking to enhance their professional image in aviation. The article offers valuable tips and observations based on various research methods. Approaches to the definition of concepts are analyzed: image, professional image, flight attendant image.

Keywords: image, professional image, Aurora airline, flight attendant image, image improvement, professional ethics.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что имидж бортпроводников авиакомпании «Аврора» становится своего рода полотном, на котором рисуется образ всей компании. В современном мире, где каждая деталь может стать определяющей в конкурентной борьбе, крайне важно не просто держать марку, но и постоянно совершенствовать имидж своих сотрудников. Ведь бортпроводник – это не только лицо авиалиний, но и тот, кто создает атмосферу полета для каждого пассажира.

Объект исследования – профессиональный имидж.

Предмет исследования – имидж бортпроводника, представителя авиакомпании.

Цель научной работы – исследовать существующий имидж и разработать рекомендации для бортпроводников авиакомпании «Аврора».

Задачи данной исследовательской работы:

1) Проанализировать теоретические аспекты определения понятий по теме исследования.

2) Выявить методы оценки профессионального имиджа.

3) Исследовать приемы по совершенствованию имиджа бортпроводника авиакомпании «Аврора».

Методология исследования.

В работе использовался структурно-функциональный подход и следующие методы: анализ литературных источников, анализ документов, анкетирование, интервьюирование, метод включенного наблюдения (при подготовке специалиста в учебном центре авиакомпании «Аврора»).

Научная новизна данного исследования заключается в том, что исследование приемов по совершенствованию имиджа бортпроводника авиакомпании «Аврора» облегчает расширение спек-

тра методик оценки и улучшения профессионального образа персонала. Это представляет значимый вклад в развитие современной концепции качества обслуживания в авиационной индустрии. Предложенные в статье приемы и методы его повышения позволяют не только увеличить уровень удовлетворенности потребительских ожиданий пассажиров, но и повысить престижность профессии бортпроводника.

В современной научной литературе существует множество подходов к определению понятия «профессиональный имидж», в настоящем исследовании за основу мы взяли следующее определение, данное Г.Г. Почепцовым «...это представление о человеке, как о субъекте определенной профессиональной деятельности, является основной составляющей профессиональной самореализации и продвижения по карьерной лестнице». Наряду с этим, под профессиональным имиджем мы будем понимать – собирательный образ типичного профессионала, который оказывает некоторое воздействие на окружающих. Данный вид имиджа собирает все основные черты профессиональной группы, это своеобразный профессиональный стереотип, образ, который близок к идеалу. Имидж способствует успешной презентации профессиональных и личностных качеств [1].

Для формирования успешного профессионального имиджа необходимо принимать во внимание социальные и психологические особенности личности, учитывать культуру, традиции, принятие в обществе. Имидж конструируется в зависимости от потребностей целевой группы. Уникальность и индивидуальность имиджа может быть дополнена внешними атрибутами, в виде косметики, одежды, украшений, а также особая роль отводится вербальным характеристикам [2].

Для формирования эффективного имиджа также важно, чтобы позиции и установки личности соответствовали психологии «успешного человека». В исследованиях американской психологии была изучена группа людей, которые были названы «самодостаточными». Все они достигли успехов в работе и были уважаемы в обществе. Позже оказалось, что их всех объединял ряд психологических установок.

Первая установка – наличие высокой самооценки. Эта установка необходима для сохранения себя как личности и признания человеком факт присутствия у него положительных качеств, которые будут оценены обществом.

Вторая установка – это позитивное отношение к работе и в жизни в целом. Предполагает снижение уровня критичности по отношению ко многим вещам.

Третья установка – это чувство сопричастности к происходящему. Важно ощущать чувство ответственности за свою деятельность и работать на общее благо.

Четвертая установка – это стремление учиться, саморазвиваться на протяжении всей профессиональной деятельности.

Другими словами, основой успешного профессионального имиджа являются знания, самооценка, чувство ответственности, позитивное отношение. Профессиональный имидж складывается прямо на основе информации, которую можно получить при непосредственном контакте, и косвенно – за счет субъективных оценок или мнений, передающихся по различным коммуникативным каналам. Рассмотрим некоторые составляющие имиджа [3].

Имидж профессионала как социально-психологический феномен напрямую связан с духовным миром, нравственными ценностями, профессиональной этикой и этикетом, который является частью профессиональной культуры специалиста. Современный рынок труда требует от ряда профессий определенных имиджевых характеристик. В некоторых случаях этому способствует тип одежды. Военная форма, судебная мантия, царская корона – все это имиджевые знаки, указывающие на исполнителей конкретных ролей; они входят в требуемый набор символов, необходимых для исполнения этих ролей [4].

Отечественные и зарубежные ученые в своих научных трудах выделяют различные критерии определения уровня сформированности имиджа. Так, С.А. Маскалянова для определения уровня сформированности имиджа определила следующие критерии:

- сознательное составления «образа себя – как профессионала»;
- умения, которые способствуют формированию частных имиджей (габитарные, деловые, вербальные, невербальные, поведенческие, процессуальные);
- овладение ключевыми компетенциями, которые позволяют учителям решать проблемы в профессиональной, социальной и общекультурной сферах [5].

Известный социолог Эрвинг Гофман сказал: «Имидж – это искусство управлять впечатлением». Правильно созданный образ – путь к достижению целей в обществе, карьере и личной жизни. Вот почему к профессиональным имиджмейкерам обращаются не только медийные личности и политики, но и обычные люди.

Специалисты знают основные этапы формирования имиджа и умеют применять их к конкретному человеку с учетом его целей и характера. Далее пошагово описано, как происходит создание индивидуального образа.

Шаг 1. Сформулировать цель.

Имидж несет в себе определенное сообщение, которое изменяется в соответствии с поставленными задачами. У каждого своя цель: у политика одна, у певца – другая, у модели – третья. Кто-то стремится достигнуть любовных высот, кто-то хочет карьерных успехов, а кто-то жаждет всего сразу. Цели определяет имиджмейкер и формулирует ключевое сообщение: "Я умный и компетентный", "Я надежный", "Я красивая, талантливая и раскрепощенная" и т.д.

Шаг 2. Определить целевую аудиторию.

Имидж ориентирован не на всеобщее восприятие, а на конкретную группу людей. По примеру, имидж певицы создается с учетом интересов потенциальных продюсеров и поклонников, а образ бизнесмена ориентирован на привлечение партнеров и клиентов. В этом процессе, имиджмейкер изучает требования целевой аудитории и исходя из этих данных формирует стратегию работы.

Шаг 3. Составить список имиджевых параметров.

Затем создается перечень необходимых для демонстрации качеств: доброта, надежность, искренность, профессионализм, аккуратность и так далее. Эти характеристики способствуют достижению поставленных целей и легко воспринимаются целевой аудиторией.

Шаг 4. Сравнить реальные и желаемые качества.

На данном этапе осуществляется исследование текущих внутренних и внешних качеств. Они подразделяются на три категории:

- 1) Существующие качества, благоприятствующие имиджу. Их следует сохранять и, в некоторых случаях, даже улучшать.
- 2) Факторы поведения или внешности, которые портят образ или разрушают его. Лучше от них отказаться.
- 3) Качества, которые отсутствуют у человека, но необходимы для создания имиджа. Стоит работать над их приобретением.

Шаг 5. Выбрать средства самопрезентации.

Создание имиджа – это самый сложный этап. Нужно соединить поставленные цели с личностью человека, оценив его уникальные черты характера и внешности. Этот этап включает определение всех нюансов, которые требуются для создания идеального имиджа.

Шаг 6. Войти в образ.

Имидж успешно разработан, теперь главное – реализовать его. Привыкание к новому образу, манерам и речи, новым чувствам уйдет время и требует усердной работы. Важнейший инструмент на этом пути – это практика. Все моменты не могут получиться сразу, но постепенно обновленный имидж станет естественным продолжением характера, так как он создан на его основе.

Люди судят по внешности и склонны доверять первому впечатлению. Важно создать подходящий имидж, который будет показывать человека как надежного, компетентного и уверенного в себе и достигать поставленных целей.

Рассмотрим подробнее методы оценки имиджа.

В качестве методов оценки имиджа организации используются качественные исследования (интервью с экспертами, эксперименты с фокус-группами) и количественные (анкеты и опросники). Иногда эта информация подкрепляется уже имеющейся статистикой компании, например отчетами о продажах. Чаще всего для оценки эффективности имиджа используются следующие способы.

1. Анкетирование. Анкетирование дает более статистическую и массовую информацию о состоянии имиджа. Отражает мнение общества и отношение к предприятию и его имиджу, здесь легко можно узнать воздействие рекламы на потребителя, правильно ли (так как мы планировали) она формирует имидж предприятия в сознании потребителей. После сбора всех анкет, идет вторая часть трудоемкого процесса, это анализ всех анкет и сбор данных в единый документ. Такой метод помогает охватить большой сегмент, но точность результатов страдает из-за краткости ответов и анонимности. Кроме того, многие участники могут включать в анкеты вымышленную информацию.

2. Фокус-группы. В ходе такой методики выделяют несколько целевых аудиторий, с каждой из которых проводят беседу. Это помогает понять, как потребители разных групп воспринимают имидж компании.

3. Интервьюирование. Метод интервьюирования, самый глубокий метод исследования имиджа предприятия. Чаще всего интервью проводится с одним представителем той или иной группы. Во время интервью задаются самые важные, и даже личные вопросы о том, что человек думает о предприятии, как он его видит, какие изменения он бы внес, что бы мог посоветовать или добавить. Смысл интервью в том, чтобы добиться мнения потребителя о предприятии на микроуровне сознания.

4. Метод выявления характеристик. Эта методика позволяет сопоставить собственное видение имиджа с мнением действующих или потенциальных клиентов. Для этого на основе материалов в СМИ и опросов составляются контрастные пары характеристик бренда, например «стандартный / уникальный», «современный / консервативный», «внимательный / равнодушный» и т.п. После этого участникам исследования предлагается оценить выраженность каждого положительного критерия по 4-балльной шкале, где 1 – оптимальное соответствие, а 4 – полное несоответствие. Результаты такой оценки помогают быстро выявить слабые места компании и сравнить текущий имидж с ожидаемым.

5. Метод оценки по параметру «положительный-отрицательный». Эта методика оценки похожа на предыдущую. Отличие в том, что положительные и отрицательные характеристики называют сами участники опроса. Чем больше хороших показателей набирается по итогам исследования, тем эффективнее имидж.

6. Метод наблюдения – описательный психологический исследовательский метод, состоящий в целенаправленном и организованном восприятии и регистрации поведения изучаемого объекта.

Важным параметром метода является то, что осуществлять наблюдение необходимо в реальных условиях.

7. Экспертный опрос – разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются эксперты – высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности.

Метод подразумевает компетентное участие специалистов в анализе и решении рассматриваемой проблемы.

8. Контент-анализ – достаточно строгий научный метод, который предполагает систематическую и надежную фиксацию определенных элементов содержания некоторой совокупности документов с последующей квантификацией (количественной обработкой) полученных данных.

9. Определение соционического типа по опроснику Майерс – Бриггс. Еще знаменитый психолог Карл Юнг в своей книге «Психологические типы» (1921 год) предположил, что существуют четыре основные психологические функции, которые помогают человеку воспринимать мир. Согласно типологии Юнга, к этим функциям относятся ориентация мышления, чувства, интуиция и ощущения.

Кэтрин Бриггс вместе с дочерью создали тест MBTI именно на основе типологии Юнга. Всего в тесте четыре шкалы: экстраверсия или интроверсия, ощущение или интуиция, мышление или чувства, суждение или восприятие.

10. Методика определения типа личности и вероятности личностных расстройств. Методика создана в 1994 году на основе DSM-IV (Diagnostic and Static Manual of American Psychiatry association, Fourth edition – Диагностическое и статистическое руководство Американской психиатрической ассоциации, четвертая редакция). Соответственно, методика предполагает изложенную в DSM-IV классификацию расстройств личности и критериев их диагностики.

11. Тест Лири, диагностика межличностных отношений (ДМО), интерперсональная диагностика личности.

Методика предназначена для диагностики представления личности о своём реальном и идеальном «Я». Также тест активно используется для диагностики взаимоотношений в малых группах, например, в семейном консультировании. С помощью данной методики выявляется преобладающий тип отношений к людям в самооценке и взаимооценке.

Таким образом в процессе формирования имиджа бортпроводников, важно выявить их психологические особенности и социотипы. Тесты, такие как тест Лири и Майерс-Бриггс, могут быть полезными инструментами для определения социотипов и их влияния на имидж бортпроводников.

Тест Лири, также известный как тест типа личности Лири, поможет определить социотип, основанный на предпочтениях в области коммуникации, управления временем, принятия решений и других аспектах поведения. Этот тест может помочь выявить, какие качества и черты личности могут быть наиболее характерными для бортпроводников и как они могут влиять на их имидж.

Методика Майерс-Бриггс также может быть полезной для определения личностных типов бортпроводников. Она основана на четырех основных измерениях личности: экстравер-

сия/интроверсия, сенсорика/интуиция, мышление/чувство, суждение/восприятие. Эти типы могут помочь понять, как бортпроводники предпочитают взаимодействовать с пассажирами, каким образом они принимают решения и организуют свою работу.

Использование тестов Лири и Майерс-Бриггс вместе с анализом имиджа бортпроводников авиакомпании Аврора позволит более глубоко понять, как социотипы и личностные особенности могут влиять на обслуживание и взаимодействие с пассажирами. Это позволит лучше адаптировать тренинги и программы развития для бортпроводников и улучшить их профессиональный имидж.

С целью анализа имиджа бортпроводника, было проведено интервью с начальником отдела бортпроводников № 2 Авиакомпании «Аврора, Игорем Валентиновичем Верхогляд.

По результатам проведенного интервью можно сделать следующие выводы:

1. Имидж является очень важной составляющей профессии бортпроводника.
2. Совершенствование имиджа является постоянным процессом.
3. Имидж не только связан с внешним видом, но также является профессиональной компетенцией.
4. Бортпроводник должен обладать коммуникативными навыками, уметь решать проблемы и быть готовым к различным ситуациям.
5. Имидж бортпроводника влияет на общее впечатление о авиакомпании и может быть связан с ее ценностями и стилем обслуживания.
6. Были выделены визуальные характеристики: прическа, макияж, аксессуары, форменная одежда, маникюр.

7. Были выделены профессиональные характеристики: стрессоустойчивость, коммуникабельность, клиентоориентированность, умение сглаживать конфликтную ситуацию.

Эти выводы подчеркивают важность имиджа в работе бортпроводника и необходимость постоянного совершенствования профессиональных компетенций в этой области.

По результатам анкетирования, в котором приняло участие 150 человек, из которых большинство являются представителем женского пола и студентами. Возрастом от 17 до 59 лет. Ответили, что имидж бортпроводника важен и считают важными имиджевыми характеристиками такие как: вежливость, профессионализм, стрессоустойчивость, коммуникабельность, ответственность.

Так же они считают, что на имидж бортпроводника наиболее влияют следующие компетенции: способность контролировать опасную ситуацию, коммуникация и межличностные навыки, владение профессиональной этикой, способность решать конфликты.

Респонденты выделили визуальные имиджевые характеристики у бортпроводника: опрятный внешний вид, красивая, чистая униформа, наличие идентификационных знаков (бейдж), наличие аккуратной прически, соблюдение личной гигиены.

Были выявлены наиболее слабые имиджевые характеристики у бортпроводника авиакомпании "Аврора" такие, как стрессоустойчивость, профессионализм, внимательность.

Так же респонденты выделили: недостаточную внимательность и отзывчивость со стороны бортпроводников. Также были высказаны замечания по отношению к профессиональной грамотности сотрудников.

Интервью так же дало понять важность имиджа бортпроводника, как составляющей частью имиджа авиакомпании, непосредственным его представителем. Так же интервью еще раз дало нам понять, что имидж важно и нужно совершенствовать.

Так же с целью анализа существующего имиджа бортпроводника, в процессе производственной организационно-управленческой практики, было проведено исследование по анализу имиджа бортпроводника АО «Авиакомпания «Аврора», с использованием метода наблюдения, анкетирование и интервьюирование. В процессе проведения анкетирования приняли участие 150 человек, из которых 64% – женщины, 36% – мужчины.

Возраст участников анкетирования варьируется от 17 до 59 лет.

Род деятельности участников анкетирования разделился на студентов (54%), рабочих (26%) и преподавателей (20%).

На вопрос: «Летаете ли вы авиакомпанией «Аврора»?» 74% опрошенных ответили, что летают данной авиакомпанией, 26% – не летают.

На вопрос: «Как часто вы летаете АО «Аврора»?» 57% опрошенных ответили – раз в год, 24% – несколько раз в год, 18% – не летают, 1% – раз в месяц.

На вопрос: «Насколько важен имидж для бортпроводника?» большинство опрошенных (96%) ответили, что имидж бортпроводника важен, 4% – считают, что не важен.

По вопросу анкетирования: «Какие имиджевые характеристики вы считаете важными для профессии бортпроводника?» были выделены следующие ответы: 94 % – вежливость, 85 % – профессионализм, 81 % – стрессоустойчивость, 79 % – коммуникабельность, 67 % – ответственность, 52 % – уверенность, 42 % – трудолюбие, 40 % – эмпатия.

На вопрос: «Какие профессиональные компетенции, по вашему мнению, влияют на имидж бортпроводника?» 85 % опрошенных ответили – способность контролировать опасную ситуацию, 81 % – коммуникация и межличностные навыки, 79 % – владение профессиональной этикой, 73 % – способность решать конфликты, 67 % – контроль безопасности пассажиров, 27 % – готовность к работе в переменном графике, 25 % – знание процедур и политик.

По результатам анкетирования, на вопрос: «Отметьте визуальные имиджевые характеристики, которые вы можете отнести к бортпроводникам авиакомпании «Аврора», 92 % опрошенных ответили – опрятный внешний вид, 77 % – красивая, чистая униформа, 75 % – наличие идентификационных знаков (бейдж), 73 % – наличие аккуратной прически, 67 % – соблюдение личной гигиены, 54 % – наличие макияжа, 50 % – чистая обувь, 27 % – наличие аксессуаров.

По вопросу анкетирования: «Какие имиджевые характеристики вы можете выделить у бортпроводника авиакомпании «Аврора?»» были выделены следующие ответы: 92 % – вежливость, 80 % – коммуникабельность, 79 % – отзывчивость, 73 % – ответственность, 65 % – эмпатия, наиболее слабыми по мнению респондентов оказались характеристики такие, как 50 % – стрессоустойчивость, 43 % – профессионализм, 20 % – внимательность.

Так же был задан вопрос «Что бы вы рекомендовали изменить в имидже бортпроводника авиакомпании «Аврора»?»

Респонденты выделили: недостаточную внимательность и отзывчивость со стороны бортпроводников. Также были высказаны замечания по отношению к профессиональной грамотности сотрудников.

Из анкетирования можно сделать вывод, что имидж бортпроводника имеет огромное значение в авиационной индустрии, так как он является визитной карточкой авиакомпании и создает первое впечатление на пассажиров. От профессионализма, стиля и образа бортпроводника зависит комфорт и безопасность полета.

Однако имидж бортпроводника не ограничивается только внешним видом. Профессиональные компетенции также играют важную роль. Бортпроводник должен обладать отличными коммуникативными навыками, уметь эффективно взаимодействовать с пассажирами и экипажем, быть внимательным и отзывчивым к их потребностям.

Бортпроводник должен быть готов к различным ситуациям, включая чрезвычайные случаи и медицинские ситуации. Он должен уметь принимать решения быстро и ответственно, а также обладать навыками оказания первой помощи и обеспечения безопасности всех на борту.

Важными качествами бортпроводника также являются дружелюбие, терпимость и умение работать в команде. Бортпроводник должен создавать доброжелательную атмосферу на борту, уметь решать конфликтные ситуации и быть готовым к работе в межкультурной среде.

Также респондентами были выделены такие имиджевые характеристики: уметь устранять конфликты, быстро ориентироваться в стрессовой ситуации, быть психологически грамотными и знать профессиональную этику.

Если говорить о структурировании понятия профессиональной этики, то основные ее компоненты будут такими:

- восприятие собственной профессии, а далее – и людей, с которыми в рамках нее приходится взаимодействовать. Правильное осознание таких понятий, как чувство долга, ответственность, добропорядочность и т. д.;

- убедительная мотивация выбора профессии (патриотизм, достойная оплата, карьерный рост, престижность и т. д.);

- пути реализации себя в выбранной профессии (продолжение обучения, выработка важных профессиональных качеств и проч.);

- выполнение управленческих задач по регулированию производственных процессов (распределение обязанностей, моральная и материальная мотивация для членов коллектива и т. д.);

- анализ и оценка достижений (финансовых, морально-этических, управленческих и проч.);

- выработка новых теорий и методик относительно профессиональной этики в случаях, когда это становится необходимым (происходят изменения в обществе, рождаются новые профессии и т. д.) [6].

Профессиональная этика – это некий кодекс морально-нравственных норм, которых люди должны придерживаться, чтобы достичь наивысших результатов в выбранной профессии.

Результаты исследования показали, что имидж бортпроводников авиакомпании «Аврора» является в основном положительным. Бортпроводники оцениваются пассажирами и коллегами как профессиональные, доброжелательные и вежливые.

Однако в ходе исследования были выявлены некоторые недостатки в имидже бортпроводников. Некоторые пассажиры отмечают недостаточную внимательность и отзывчивость со стороны бортпроводников. Также были высказаны замечания по отношению к профессиональной грамотности сотрудников.

На основании результатов исследования были разработаны следующие рекомендации для бортпроводников авиакомпании «Аврора», с целью совершенствования их имиджа:

1. Обеспечить дополнительное обучение и тренинги по обслуживанию пассажиров, коммуникации и решению проблемных ситуаций.

Тренинг по обслуживанию пассажиров. Этот тренинг будет направлен на развитие навыков вежливого общения с пассажирами, предоставления высококачественного обслуживания, эффективного решения проблем и создания комфортной атмосферы на борту.

Тренинг по коммуникации. Важным навыком для бортпроводника является эффективная коммуникация с пассажирами и другими членами экипажа. Тренинг по коммуникации может включать развитие навыков активного слушания, эмпатии, ясного и понятного выражения мыслей и умения управлять конфликтными ситуациями.

Тренинг по улучшению межличностных навыков. Бортпроводники должны иметь хорошие межличностные навыки для успешного взаимодействия с пассажирами и коллегами. Тренинг по улучшению межличностных навыков может включать развитие эмпатии, адаптивной коммуникации, умения устанавливать связи и управления отношениями.

Тренинг по межкультурной компетентности. Бортпроводникам приходится иметь дело с пассажирами из разных культур и национальностей. Тренинг по межкультурной компетентности поможет им развить понимание и уважение к различным культурам, снизить культурные разногласия и эффективно общаться с пассажирами из разных культурных фонов.

Тренинг по обслуживанию особых категорий пассажиров. Бортпроводникам может потребоваться особая подготовка и знания для обслуживания пассажиров с ограниченными возможностями, детей, пассажиров с особыми потребностями и других особых категорий. Тренинг по обслуживанию особых категорий пассажиров обеспечит бортпроводникам необходимые знания и навыки для эффективного и внимательного обслуживания таких пассажиров.

Тренинг по улучшению продаж. Бортпроводники могут быть обучены навыкам продажи дополнительных услуг и товаров на борту, таких как еда, напитки, duty-free товары и другие услуги. Тренинг по улучшению продаж поможет им развить навыки убеждения, аргументации, создания привлекательных предложений и улучшения результатов продаж.

2. Формирование стрессоустойчивости и проведение психологических тестов для выявления выгорания у сотрудника.

Тренинг по стрессоустойчивости и управлению эмоциями. Работа бортпроводника может быть стрессовой и требовать умения управлять своими эмоциями и стрессом. Тренинг по стрессоустойчивости и управлению эмоциями поможет бортпроводникам развить техники релаксации, управления стрессом и поддержания эмоционального равновесия.

Тренинг по разрешению проблемных ситуаций. Бортпроводникам приходится сталкиваться с различными проблемными ситуациями на борту, такими как жалобы пассажиров, потерянный багаж или задержки рейсов. Тренинг по разрешению проблемных ситуаций поможет им развить навыки эффективного управления проблемами, поиска решений и обеспечения удовлетворенности пассажиров.

Тренинг по конфликтному разрешению. Бортпроводникам приходится сталкиваться с различными ситуациями, включая конфликты с пассажирами или между пассажирами. Тренинг по конфликтному разрешению поможет развить навыки по урегулированию конфликтов, поиску компромиссов и обеспечению позитивного и конструктивного общения.

Тренинг по кризисному управлению. Бортпроводники должны быть подготовлены к возможным кризисным ситуациям, таким как аварии, террористические угрозы или природные катастрофы. Тренинг по кризисному управлению поможет им развить навыки оценки ситуации, принятия решений, координации эвакуации и оказания помощи в кризисных ситуациях.

Тренинг по лидерству и командной работе. Бортпроводники работают в команде и должны быть способными эффективно сотрудничать и координировать свои действия с другими членами

экипажа. Тренинг по лидерству и командной работе поможет развить навыки руководства, управления конфликтами, эффективного сотрудничества и принятия решений в командной среде.

Тренинг по управлению временем и организации работы. Бортпроводникам нужно эффективно управлять своим временем и организовывать свою работу в динамичной и ограниченной среде. Тренинг по управлению временем и организации работы поможет им развить навыки планирования, приоритизации, эффективного использования времени и управления задачами.

3. Улучшить систему обратной связи от пассажиров, чтобы оперативно реагировать на замечания и предложения.

Предоставление различных каналов обратной связи. Разнообразие каналов обратной связи, таких как электронная почта, телефонная линия поддержки, онлайн-формы обратной связи и социальные сети, позволяет пассажирам выбирать наиболее удобный способ для связи с авиакомпанией.

Простота и доступность процесса обратной связи. Сделать процесс оставления отзыва или предложения простым и доступным для пассажиров. На сайте авиакомпании разместите ясные инструкции и формы, которые позволят легко оставить обратную связь.

Быстрый и оперативный ответ. Уделять особое внимание оперативности ответа на обратную связь от пассажиров. Стремиться отвечать на замечания и предложения в кратчайшие сроки, чтобы пассажиры чувствовали, что их мнение ценится и принимается во внимание.

Анализ и систематизация обратной связи. Регулярно анализировать полученную обратную связь, систематизируйте ее по категориям и темам, чтобы выявлять повторяющиеся проблемы и тренды. Это поможет идентифицировать области, требующие улучшений, и разрабатывать соответствующие меры.

Обратная связь в реальном времени. Помимо традиционных способов обратной связи, нужно предоставить возможность пассажирам оставлять обратную связь в режиме реального времени, например, через мобильное приложение или интерактивные терминалы на аэропорту. Это позволит пассажирам выразить свое мнение непосредственно во время или сразу после полета.

Внедрение программ лояльности и вознаграждений. Поощрять пассажиров за оставленную обратную связь, предоставляя вознаграждения или бонусы. Например, скидки на будущие полеты, бесплатные услуги или улучшенные условия для лояльных клиентов. Это стимулирует пассажиров активно оставлять обратную связь и поддерживать взаимодействие с авиакомпанией.

Обучение персонала по работе с обратной связью. Обучить персонал навыкам эффективной работы с обратной связью. Они должны быть обучены как принимать отзывы и предложения, так и реагировать на них вежливо и профессионально.

В целом, имидж бортпроводников авиакомпании Аврора имеет положительные черты, но требует некоторых усовершенствований для повышения уровня обслуживания и удовлетворенности пассажиров.

Улучшение системы обратной связи от пассажиров требует постоянного мониторинга и развития. Она позволяет авиакомпании лучше понимать потребности и ожидания пассажиров, а также оперативно реагировать на проблемы и совершенствовать свои услуги. Также рекомендуется проводить регулярное обновление тренингов, чтобы бортпроводники могли развивать свои навыки и быть в курсе последних трендов и стандартов в авиационной отрасли.

На основе этих рекомендаций был проведен тренинг по совершенствованию имиджа бортпроводника. Тренинг проводился с группой выпускников и обучающихся на курсах бортпроводников авиакомпании «Аврора».

На основе проблем, которые были выявлены респондентами, были рассмотрены такие компоненты как:

- личная эффективность
- публичные выступления
- сложные переговоры
- управление конфликтами

Внедрение предложенных изменений может принести авиакомпании «Аврора» значительные преимущества: повышение уровня доверия со стороны клиентов, укрепление позитивного имиджа компании и рост числа постоянных клиентов. Важно систематически подходить к реализации этих изменений.

1. Семенова А.А. Профессиональный имидж сотрудников организаций бюджетной сферы // Бюллетень науки и практики. – 2022. – №4. – С. 484-489.

2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – Москва: Рефл-бук, Ваклер, 2018. 704 с.

3. Беляева М.А. Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории. – Москва: Кабинетный ученый, 2017. 850 с.

4. Семенова Л.М. Генезис и современное состояние проблемы формирования профессионального имиджа // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – №318. – С. 194-199.

5. Фролова О.А., Ростомян Л.А. Анализ представлений о профессиональном имидже педагога в системе современного последипломного педагогического образования // Человеческий капитал. – 2020. – №12. – С. 89-98.

6. Профессиональная этика: правила корпоративного тона // Генератор продаж URL: <https://sales-generator.ru/blog/professionalnaya-etika/#3> (дата обращения: 05.04.2024).

УДК 351.854

УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

И.А. Мухортова, бакалавр

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Аннотация. Актуальность деятельности учреждений сферы культуры и искусства обусловлена не только приобщением социальных ценностей и норм обществу, но и тесной поддержкой государственных властей и развитием международных культурных взаимоотношений с зарубежными партнерами.

Ключевые слова: государственные и муниципальные учреждения культуры, сотрудничество со странами АТР в сфере культуры, культурно-досуговые организации.

CULTURAL AND ARTS INSTITUTIONS IN THE SYSTEM OF REGIONAL ECONOMY PRIMORSKY KRAI

Abstract. The relevance of the activity of cultural and art institutions is conditioned not only by the acquisition of social values and norms to society, but also by the close support of state authorities and the development of international cultural relations with foreign partners.

Keywords: state and local cultural institutions, cooperation with Asia-Pacific countries in the sphere of culture, cultural and leisure organizations.

Духовная сфера жизнедеятельности человека является одной из важнейших элементов становления и развития общества. В настоящее время культурно-зрелищные мероприятия стремительно набирают популярность, в том числе и среди молодого поколения.

По отношению к обществу массовые события выполняют социализирующую функцию, демонстрируя людям культурные, нравственные ценности, предьявляя им образцы, эталоны социально-значимых ситуаций. Также учреждений данного типа, выполняя консолидирующую роль, являются инструментом объединения определенных категории людей на основе общих интересов.

Учреждения культурно-досугового типа представлены различными форматами демонстрации исторического наследия России [1]:

- клубные (дома и дворцы различного уровня);
- театрально-зрелищные (театры, кинотеатры, цирки, концертные залы и др.);
- музейные;
- библиотечные;
- парки культуры и отдыха.

Не зависимо от специфики отрасли современной экономики хозяйствующие субъекты классифицируются на государственные, муниципальные и частные формы собственности. Предпринимательская деятельность коммерческих организаций, как самостоятельная единица, в первую очередь, направлена на систематическое получение прибыли от деятельности. Некоммерческие организации в сфере культуры и искусства находятся в ведении органов государственной власти Российской Федерации.