

ВВГУ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

XXV

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

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –

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

4–7 апреля
2023 г.
В четырех томах

Том 3

ISBN 978-5-9736-0710-4 (Т. 3)



9 785973 607104



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 XXV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
4–7 апреля 2023 г.

Том 3

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2023

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР :** материалы XXV международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.) : в 4 т. Т. 3 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ; Электрон. текст. дан. (1 файл: 6,08 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2023. – 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 978-5-9736-0710-4

DOI: <https://doi.org/10.24866/0710-4>

Включены материалы XXV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.).

Том 3 включает в себя следующие секции:

- ФИЛОСОФСКИЕ КОНТЕКСТЫ СОВРЕМЕННОСТИ.
- ПСИХОЛОГИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.
- ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ.
- КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
- АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АРХИТЕКТУРЫ.
- КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ.
- СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ.
- ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ.
- ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА (КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ).
- ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ – НОРМА СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ.
- СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ.

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 978-5-9736-0710-4

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2023
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 10 октября 2023 г.

Объем 6,08 МБ. Усл.-печ. л. 30,26

Тираж 300 (I–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. Философские контексты современности	7
Философия феминизма: объективация женщин в массовой культуре	7
А.О. Москвитина бакалавр	7
Искусственный интеллект: возможности моделирования мышления человека	10
Ю.О. Полищук бакалавр	10
Концептуальные подходы к реализации молодежной политики в России	14
С.С. Сергутин, П.А. Шрейдер бакалавры	14
ТРАНСФОРМАЦИЯ ГУМАННОСТИ КАК НРАВСТВЕННОГО ПРИНЦИПА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	17
Р.Е. Сютик студент	17
Секция. Психология на современном этапе	21
Самооценка у школьников с разными параметрами самораскрытия способностей	21
О.Д. Волкова бакалавр	21
Роль метакогнитивных свойств личности в изучении математики	24
Д.Д. Дейкун магистрант	24
ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕХНОЛОГИИ И.С.ЯКИМАНСКОЙ	26
Е.М. Камилавочникова бакалавр	26
Взаимосвязь между социально-психологической дистанцией в детско-родительских отношениях и уровнем доверия человека к окружающим	29
В.А. Почапский, А.А. Елшина бакалавры	29
Профессиональное самоопределение будущего педагога-психолога	33
Е.С. Стасюк бакалавр	33
Использование VR-технологий в психотерапии и психологическом консультировании в России и за рубежом: сравнительный анализ	37
З.Д. Фоминов студент	37
Взаимосвязь стратегий совладающего поведения и стилей юмора у молодых людей	42
Е.Ю. Хомякова бакалавр	42
Педагогические основы формирования у школьников готовности к профессиональному выбору	47
А.А. Шинковская бакалавр	47
Секция. Инновации в индустрии моды	51
Психологическое состояние в профессиональной деятельности у диспетчеров аэропорта города Владивостока	51
А.С. Высоцкая бакалавр	51
Выбор конструктивно-технического решения корсетных изделий с учетом адресного проектирования	55
А.К. Овчинникова бакалавр Е.А. Розанова канд. техн. наук, доцент	55
Разработка классификаций кружевных полотен на основе ретроспективного анализа	59
Н.А. Савинова магистрант Е.А. Розанова канд. техн. наук, доцент	59
Выявление мнения жителей г. Владивостока об имидже магазинов одежды российских брендов	63
Д.В. Шаймуратова бакалавр Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	63
Секция. Культура в современном мире	68
Портрет студента ВВГУ с точки зрения предпочтений в кино	68
А.Э. Антонюк, Д.Д. Соломова, В.С. Лазарев бакалавры	68
Современные приёмы построения диджитал-коммуникации в образовательном пространстве на примере ВВГУ	71
А.Д. Зиновьева бакалавр Т.В. Метляева канд. культурологии, доцент	71

Выявление региональной и социокультурной идентичности студентов ВВГУ	78
В.А. Мигашко бакалавр И.С. Кочеткова канд. ист. наук, доцент	78
Особенности продвижения транспортных услуг по перевозке грузов	81
В.Н. Попова бакалавр Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	81
Секция. Актуальные проблемы архитектуры	86
Особенности оформления общественных пространств посредством настенной живописи в Китае: исторический обзор	86
Вэй Дантун аспирант Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	86
Секция. Качество услУГ и технологий	92
Методы обучения персонала гостиничного предприятия (на примере г. Владивостока)	92
А.А. Васюков бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	92
Инновационные технологии анимационного сервиса на предприятиях общественного питания	95
А.Э. Горбатенко бакалавр Г.А. Гомилевская канд. экон. наук, доцент	95
Современные тенденции продвижения гостиничных услуг г. Владивостока	100
А.В. Карпенко бакалавр В.К. Шевченко ассистент	100
Анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие гостиничного рынка г. Владивостока	106
В.В. Панфилова бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	106
Дополнительные услуги предприятий питания на рынке г. Владивостока	110
У.Н. Полищук бакалавр Е.В. Шеметова старший преподаватель	110
Гастрономические мероприятия как инструмент профориентационной работы	113
К.В. Русакова бакалавр Е.В. Шеметова старший преподаватель	113
Внедрение инновационных технологий в сферу гостиничного обслуживания (на примере информационных терминалов)	118
О.А. Стрельцова бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	118
Использование интернет-рекламы в продвижении гостиничных услуг (на примере г. Владивостока)	121
М.А. Федюнина бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	121
Оценка социально-психологических факторов трудовой мотивации работников службы приема и размещения (на примере гостиничного предприятия 5* города Владивостока)	124
Е.С. Хворостова бакалавр Г.А. Гомилевская канд. экон. наук, доцент	124
Секция. Современные тренды развития туристских дестинаций	128
Программный метод в развитии экovolонтерского туризма (на примере национального парка «Земля леопарда»)	128
Ю.А. Алишаускас бакалавр	128
Современные тенденции развития горнолыжного туризма в России	135
П.С. Борисова бакалавр И.С. Михина канд. экон. наук, доцент	135
Анализ «дальневосточных завтраков» в системе общественного питания города Владивостока	139
П.М. Валл бакалавр В.Г. Ден доцент	139
Анализ выставочной деятельности в туристской индустрии РФ	146
М.А. Желудкова бакалавр И.С. Михина канд. экон. наук, доцент	146
Аудиогиды в разработке авторских туров (на примере Приморского края)	151
С.А. Задворная бакалавр В.Г. Ден доцент	151
Возможности использования новой русской кухни в продвижении города Владивостока	157
М.Р. Кестер бакалавр В.Г. Ден доцент	157

Научно-популярный туризм как новый тренд развития Владивостокской туристской дестинации	162
М.А. Куликова бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	162
ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ АВТОТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	166
Ю.В. Макарова бакалавр А.Ю. Кононов канд. экон. наук, доцент	166
Форматы гостиниц для туристов при путешествии с домашними питомцами	169
Д.А. Проскурина бакалавр Г.А. Гомилевская канд. экон. наук, доцент	169
Тенденции развития выездного туризма в Российской Федерации	176
А.А. Светлакова бакалавр И.С. Михина канд. экон. наук, доцент	176
Особенности организации экстремального туризма в Приморском крае	180
А.С. Чавдарь, А.Е. Слепченко бакалавры А.Ю. Кононов канд. экон. наук, доцент	180
Секция. Организация транспортных процессов	184
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ТЭК РУСЛЕН»	184
Т.А. Антонов бакалавр Ю.В. Соломахин канд. тех. наук, доцент	184
Развитие транспортно-складских комплексов г. Владивостока и близлежащих районов	188
А.А. Борвенко, Д.А. Мячин бакалавры Г.И. Попова старший преподаватель	188
Перспективы развития поставок автозапчастей и автомобилей из Японии	191
И.С. Величко магистрант О.В. Гриванова канд. техн. наук, доцент	191
Технологии онлайн-мониторинга местоположения контейнеров	197
А.А. Пережогин, С.О. Горина, И.И. Шабалин бакалавры	197
Анализ тенденции и перспективы развития транспортной отрасли, влияющие на деятельность ООО «ПРИМТРАНСФЕР»	200
Г.М. Катамадзе бакалавр	200
Бенчмаркинг: сущность, виды и процедуры	203
Е.А. Кирик, Г.Т. Петросян, А.А. Гарайкина бакалавры	203
Снижение затрат на логистику за счёт использования алюминия при изготовлении контейнеров	207
А.Р. Осипов бакалавр Г.И. Попова старший преподаватель	207
Оптимизация процесса перегруза контейнеров на территории ПАО «ВМТП» г. Владивосток	210
А.С. Седина бакалавр А.А. Яценко старший преподаватель	210
Совершенствование методов ремонта гидромеханических трансмиссий	214
Д.А. Файзуллаев бакалавр	214
Выбор оптимального способа доставки скоропортящегося груза в междугородном сообщении	217
Д.А. Флоря бакалавр А.А. Яценко старший преподаватель	217
Изучение рынка логистических компаний Приморского края	221
Н. Питеркин, М. Тарабанько, А. Шевчук бакалавры	221
Секция. Физическая культура (концепции, инновации, технологии)	226
РАЗВИТИЕ КООРДИНАЦИОННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ СПЕЦИАЛЬНЫХ УПРАЖНЕНИЙ БОКСА ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 7-9 КЛАССОВ	226
К.К. Долгов бакалавр	226
ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКОГО И ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ДЕВУШЕК СРЕДСТВАМИ SUP-BOARD	229
В.Ю. Дядюша бакалавр Н.В. Мазитова канд. пед. наук, доцент	229
Взаимодействие физической нагрузки и гормональной системы	232
А.С. Комаров бакалавр О.О. Шумская преподаватель	232

К вопросу о формировании основ здорового образа жизни у детей младшего школьного возраста	235
А.Н. Неверова студент	235
Секция. Физическая культура и спорт – норма современной жизни	239
Роль физической культуры в жизни студентов	239
Е.С. Давыденко бакалавр Ю.Э. Гудков канд. пед. наук, доцент	239
Киберфизкультура как новационное направление молодежного физкультурно-спортивного движения современности	242
М.А. Калугин бакалавр Т.А. Кудра преподаватель	242
Особенности применения средств физической рекреации, направленных на снижение гиподинамии студентов	246
В.Э. Мышко бакалавр Ю.Э. Гудков канд. пед. наук, доцент	246
Анимационные технологии на основе сказочных сюжетов, как средство преодоления признака водобоязни на занятиях по плаванию учащихся младших классов	249
К.Ю. Нижегородова бакалавр Н.В. Мазитова канд. пед. наук, доцент	249
Секция. Современный спорт	254
Особенности технической подготовки боксеров 12–13 лет на этапе спортивной специализации	254
Ф.А. Артушева студент	254
Е.П. Шарина канд. пед. наук, доцент	254
Совершенствование скоростно-силовых способностей боксёров тренировочной группы 3 года обучения	257
У.Н. Луферова студент Е.П. Шарина канд. пед. наук, доцент	257

Секция. ФИЛОСОФСКИЕ КОНТЕКСТЫ СОВРЕМЕННОСТИ

УДК 130.3

ФИЛОСОФИЯ ФЕМИНИЗМА: ОБЪЕКТИВАЦИЯ ЖЕНЩИН В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

А.О. Москвитина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Социологический феномен объективации женщины находит свое отражение в психологической плоскости: социальная объективация женщин мужчинами порождает психологическую самообъективацию женщины. Осмысление данного феномена с позиций философского дискурса полезно для более глубокого понимания проблемы и, как следствие, разработки конструктивных методов психотерапевтической помощи девушкам и женщинам, испытывающим психологические проблемы в связи с негативной самообъективацией.

Ключевые слова: *феминизм, объективация женщин, самообъективация, массовая культура, СМИ.*

PHILOSOPHY OF FEMINISM: THE OBJECTIFICATION OF WOMEN IN POPULAR CULTURE

The sociological phenomenon of the objectification of a woman is reflected in the psycho-logical plane: the social objectification of women by men gives rise to the psychological self-objectification of a woman. Understanding this phenomenon from the standpoint of philosophical discourse is useful for a deeper understanding of the problem and, as a result, the development of constructive methods of psychotherapeutic assistance to girls and women experiencing psychological problems due to negative self-objectification.

Keywords: *feminism, objectification of women, self-objectification, mass culture, mass media.*

Представленная в данном исследовании тема имеет как теоретический, так и практический интерес. Это связано с тем, что рассматриваемый социологический феномен находит свое отражение в психологической плоскости: социальная объективация женщин мужчинами порождает психологическую самообъективацию женщины. Как следствие, обращая объективацию в самообъективацию, женщина отказывается от своей субъектности как возможности проявления активности и творческого потенциала. Этот феномен является предметом изучения в различных зарубежных и отечественных психологических концепциях.

Осмысление данного феномена с позиций философского дискурса является продуктивным для более глубокого понимания проблемы и, как следствие, разработки конструктивных методов психотерапевтической помощи девушкам и женщинам, испытывающим психологические проблемы в связи с негативной самообъективацией.

Цель исследования заключается в том, чтобы исследовать феномен объективации женщин в массовой культуре с позиций философского дискурса.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи: рассмотрение теоретических аспектов феномена объективации как в зарубежных, так и в отечественных исследованиях; проанализировать историю формирования и современное состояние феномена объективации женщин; изучить понятие и сущность феномена самообъективации женщин; обосновать неправомочность дискриминации в отношении женщины, социальной и исторической несостоятельности мужского доминирования в различных сферах общества.

«Есть доброе начало, сотворившее порядок, свет и мужчину, и злое начало, сотворившее хаос, мрак и женщину» – это провокационное высказывание является эпиграфом классической книги С. Де Бовуар «Второй пол» [6, с. 19]. Но это не высказывание знаменитой предста-

вительницы экзистенциального направления, а слова древнегреческого философа, всем известного Пифагора. Классическая философская традиция мыслила женское начало как неотъемлемую часть реальности, т.е. как атрибут, характеризующийся иррациональным, чувственным, имманентным и стоящий противоположно к сверхчувственному, трансцендентному и разумному-мужскому.

«Второй пол» – это история об угнетениях, заблуждениях и предрассудках, связанных с восприятием женщины не только со стороны мужчин, но и со стороны самих представительниц «слабого пола». В книге впервые была поставлена проблема подавления феминного в культуре. В этой работе показывается, что общество позиционирует мужское как позитивную культурную норму, а женское как негативное или же даже как отклонение от нормы, как – Другой. С. де Бовуар прослеживает это на примере биологических, социально-философских, психоаналитических теорий, а также литературных произведений и показывает следующее. Над всеми аспектами социальной жизни и мышления доминирует это отношение к женщине как к Другому. Эта культурная норма впоследствии усваивается самими женщинами в процессе социализации и именно такое явление мы называем самообъективацией.

Мужчины активно сексуализируют женщин, зачастую смотрят на женщин как на источник сексуального наслаждения, как на объект, обращая внимание сперва на физическую привлекательность и только потом отмечая иные качества. Профессоры Т. Робертс и Б. Фредриксон одними из первых среди ученых стали фиксировать доказательства негативных последствий сексуальной объективации женщин. Они доказывают, что СМИ, реклама, музыкальные видеоклипы, конкурсы красоты и практика социализации, заставляют людей относиться к женщинам как к сексуальным объектам, теряя из виду более значимые внутренние качества, такие как самоидентификация, характер, потребности, желания, чувства и моральные принципы [8, с. 179].

По мнению некоторых историков феминизма, предыстория феминистских идей, начинается в странах Западной Европы, где группа женщин выдвинула ряд еретических идей в трактовке христианского учения. Речь идет, в частности об идее Юлианы Нориджской – английской духовной писательнице (первой женщины, написавшей книгу на английском языке) о том, что Христос – это божественная сущность, не имеющая пола, и скорее все-таки являющаяся женщиной, а никак не мужчиной.

Более распространена точка зрения, связывающая истоки феминизма с культом человека в эпоху Возрождения. В связи с этим обычно называются имена первых итальянских женщин-писательниц – И. Ногароллы, Л. Череты и, в особенности, К. Пизанской, автора Книги о Граде Женском. В 1405 она описала в ней идеальный город-убежище всех достойных женщин, ощущающих гнет и несправедливость по отношению к ним окружающих мужчин и общества.

В настоящее время нам известно огромное количество направлений феминизма, которые различаются: географически (американский, европейский, третьего мира, постсоветский и постсоциалистический), этнически (феминизм «белых», «черных» и «цветных»), конфессиононально (христианский, формирующийся исламский), по методам и направленности действий (экофеминизм, пацифистский, сепаратистский), по идеологии (либеральный, социалистический и марксистский, радикальный), по принадлежности к направлениям в философии и психологии (модернистский, основанный на концепции социального конструирования; постмодернистский и постструктуралистский, психоаналитический).

Проанализировав все подходы, можно вывести три типа восприятия «женского» в истории философии, такие как: изначально женщина как объект; женщина как рациональный и свободный субъект и в настоящее время женщина как тело.

Главным открытием феминистской мысли второй половины XX века является открытие того, что у человека есть пол. Вследствие чего, социальные и интеллектуальные явления рассматриваются и воспринимаются через призму пола. Таким образом, спустя значительное количество времени, на смену «человеку абстрактному» без возраста и пола, каким его видели философы-мужчины А. Камю, К. Леонтьев, Э. Фром, З. Фрейд и другие, приходят «культурные метафоры» – гендер.

В философии существует так называемая «эстетика» восприятия женщин выдающихся философов. Фалес говорил, что он благодарит судьбу за следующие три вещи: «во-первых, за то, что он родился человеком, а не животным; во-вторых, что он мужчина, а не женщина; и в-третьих, за то, что он эллин, а не варвар». Согласно Демокриту, украшение женщины – мол-

чаливость: «Пусть женщина не рассуждает: это – ужасно». «Самое ужасное унижение для мужчины – быть под властью женщины». «Женщина много искуснее мужчины в злословии» [2, с. 211].

Христианство считает оправданным иерархию между мужчинами и женщинами, объясняя ее грехопадением. Теоцентризм эпохи схоластики ставит во главу идею о неоспоримости патриархатной власти, размещая на один уровень божественную власть над миром и мужскую власть над женским и детским.

В рамках экзистенциальной философии Симоны де Бовуар начинает рассматривать женщину сквозь призму таких понятий, как «свобода воли», «свобода выбора», «подлинное существование», «самореализация личности». Позицию де Бовуар можно обозначить как экзистенциалистскую. Статус женщины в мире она трактует через понятие трансцендентного то, что принципиально недоступно опытному познанию и выходит за пределы чувственного опыта. Женщина – это субъект, стремящийся утвердить собственную ценность в мире. Тем не менее, утвердить собственную трансцендентную позицию в мире женщине препятствует мужчина, стремясь превратить ее в «объект потребления».

В отечественной общественно-политической мысли проблемы феминизма поднимались с середины XIX века. В этом направлении работал ряд журналов во главе с редакторами-женщинами: «Женский Вестник», «Высшее образование женщины», «Женский вопрос в Германии» и др. В этих журналах поднимались такие проблемы, как: положение женщины в обществе, проблемы женщины в зарубежных странах, проблема женского труда и его оплата, вопросы образования и воспитания, личностного развития, отношений в семье и вне семьи.

Если в западной мысли мы видим, что проблемы феминизма обсуждаются представителями обоих полов, как политиками, журналистами, так и философами, то русские философы конца XIX – начала XX века стоят здесь обособленно. Для многих из них отношение к женщине не переосмысливалось со времен домостроя и определялось религиозными установками, в которых акцент делался на вторичность женщины по отношению к мужчине.

Интересны в контексте нашего рассмотрения некоторые замечания о женщине Н.Ф. Федорова, встречаемые на страницах его «Философии общего дела». В целом, Н.Ф. Федоров в деле «отцестроительства» отдает предпочтение мужчинам, именно они должны направлять свои усилия на воскрешение предков [7, с. 369]. Любовь к женщине, существующую в современном ему обществе, философ рассматривает как признак слабости, стремление к чувственности и пустую растрату эротической энергии.

Рассмотрев теоретический аспект истории феномена объективации женщин, проанализируем современное позиционирование женщин в массовой культуре.

В масс-медиа женщина представляется нам неким аксессуаром: она утонченная, она всегда ухожена и свежа и является украшением для мужчины. Но чтобы стать подобным украшением, она должна выгодно себя продать.

Анализ медийного контента позволяет выделить несколько образов женщин в рекламе: «Трофей» – это типичный образ сексуальной женщины, выступающей определенной наградой. Этот образ часто используется в качестве стимула к приобретению товара, которым необходимо обладать, чтобы получить данную награду. Так, роскошный автомобиль или большая квартира в центре города дают шанс мужчине приобрести знакомство с женщиной и в дальнейшем стать ее партнером. Именно отсюда и вытекает мнение о том, что женщины меркантильны и мелочны. «Эталон» – это образ привлекательной женщины, выступающей примером для подражания. Зачастую это популярная модель или актриса, которая обладает авторитетом как среди мужчин, так и среди женщин. Сотрудничество бренда с такой женщиной может подчеркнуть его престиж, чем часто и пользуются различные компании. Реклама с использованием этого образа заставляет потребительниц сравнивать себя с «эталоном» и покупать предлагаемые товары для того, чтобы соответствовать ему. «Простушка» – образ скромной немолодой женщины, которая не может обрести успех у мужчин. Используется этот образ, как правило, для рекламы товаров, при помощи которых женщина сможет перестать быть посредственной и неинтересной для представителей мужского пола.

В такой форме объективация опасна именно потому, что оказывает влияние на отношение мужчин к реальным женщинам. Более того, она может быть разрушительна, так как играет большую роль в самовосприятии женщин. Отсюда множество случаев заболеваний анорексией и булимией, свойственных именно этой группе. Нездоровый интерес к изнуряющим диетам

и пластической хирургии — все это продукты надиктованных массовой культурой стандартов, являющихся, по сути, способами поднятия продаж.

Сегодня в исследованиях различных направлений поднимается проблема участившихся случаев возникновения психических расстройств: в связи с популяризацией Instagram (проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена), наличие «масок», фильтров для фото и видеоизображений. Система воздействия примерно такая же, как и в примерах с рекламой. Социальные сети приводят к новым видам личностных расстройств, к тому, что психические болезни приобретали совершенно новую форму. Согласно исследованию, проведенному М. Тиггеманн, С. Хейден, З. Браун, Й. Вельдхус в 2018 году [9, с. 93], идеализированные фотографии в сети провоцируют формирование совершенно неправильного отношения пользователей к собственным телам.

Объективация является последствием, вытекающим из пересечения патриархата и капитализма. Она может выступать угрозой куда более серьезных явлений, таких как домогательства, насилие, личностных расстройств. Объективация женщины часто имеет последние в виде негативной оценки внешности и, таким образом, порождает огромное количество комплексов у человека. Отказ от поддержки объективирующей культуры и предупреждение случаев объективации служит серьезным шагом к избавлению от гендерных стереотипов, тормозящих развитие и мешающих адекватному взаимодействию представителей различных социальных групп. Рассмотрение феномена самообъективации женщин через призму отечественного подхода к пониманию психических явлений повысит методологический статус данной проблемы, обогатив представления о самообъективации женщин, как на философском (мировоззренческом) уровне, так и на психотерапевтическом уровне.

-
1. Аристотель. О возникновении животных. – Москва: Книга по требованию, 2016. – 249 с.
 2. Афоризмы. Золотой фонд мудрости. – Москва: Просвещение; 2006. – 358 с.
 3. Брайдотти Р. Зависть, или «с твоими мозгами и моей красотой» // Гендерные исследования. – 2006. – № 14. – С. 157–167.
 4. Брандт Г.А. Философская антропология феминизма. Природа женщины. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2006. – 160 с.
 5. Жеребкина И. Прочти мое желание: Постмодернизм, психоанализ, феминизм. – Москва: Идея Пресс, 2000. – 256 с.
 6. де Бовуар С. Второй по... – Москва: Азбука; 2021. – 928 с.
 7. Н. Ф. Философия общего дела: в 2-х т. – Москва: АСТ, 2003. Т. 1. – 369 с.
 8. Фредриксон Б.Л., Робертс Т.А. Теория объективации: к пониманию жизненного опыта женщин и рисков для психического здоровья // Психология женщин. – 2016. – № 21. – С. 173–206.
 9. Tiggemann M., Hayden S., Brown Z., Veldhuis J. The effect of Instagram 'likes' on women's social comparison and body dissatisfaction // Body Image – 2018. – Vol.26. – P. 90-97.

УДК 004.8

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: ВОЗМОЖНОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ МЫШЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА

Ю.О. Полищук
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье осуществляется проблематизация искусственного интеллекта в контексте философского дискурса. Анализируются различия мышления человека и искусственного интеллекта, возможные последствия развития последнего. Приводятся аргументы, опровергающие возможность искусственного интеллекта мыслить самостоятельно.

Ключевые слова: искусственный интеллект, нейросеть, мышление, сознание, информационные технологии.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE POSSIBILITIES OF MODELING HUMAN THINKING

The article deals with the problematization of artificial intelligence in the context of philosophical discourse. The differences between human thinking and artificial intelligence, the possible consequences of the development of the latter are analyzed. The arguments refuting the possibility of artificial intelligence to think independently are given.

Keywords: artificial intelligence, neural network, thinking, consciousness, information technology.

Проблема «искусственного интеллекта» крайне актуальна для современного мира в виду серьезных достижений в области кибернетики и информатики. Её обсуждают не только специалисты в области цифровых технологий, но и философы, психологи, логики и лингвисты. Часто разгораются споры о том, возможно ли создать «сверхразум». В настоящее время искусственный интеллект используются почти повсеместно для решения разного рода задач. Иногда сложно определить, писал тот или иной текст человек или нейросеть. Отсюда и возникает вопрос, может ли искусственный интеллект мыслить так же, как человек? Способен ли он самостоятельно давать осмысленные ответы на поставленные вопросы?

Проблема исследования формулируется следующим образом: возможно ли моделировать человеческое мышление?

Цель исследования: дать философское осмысление проблемы искусственного интеллекта.

Задачи исследования: изучение способа функционирования искусственного интеллекта; выявление отличий работы человеческого мозга и искусственного интеллекта; изучение позиций философов по поводу возможности мышления искусственного интеллекта.

В основу методологии данного исследования были положены теоретические методы анализа и обобщения.

Для того, чтобы как можно шире понять представленную тему, необходимо разобрать понятия терминов «мышление» и «сознание». Единого, однозначного понятия о значении этих терминов нет и они отличаются в зависимости от парадигмы, в которой рассматриваются. В данном случае, будем рассматривать термин «мышление», как процесс функционирования сознания, определяющий познавательную деятельность человека и его способность выявлять и связывать образы, представления, понятия, определять возможности их изменения и применения, термин «сознание» – субъективное переживание событий внешнего мира и жизни индивида, отчет об этих событиях.

В свою очередь, искусственный интеллект – это система, способная имитировать человеческое мышление и поведение и обучаться, используя поступающую информацию. Также, в тексте упоминается и термин «нейросеть». Нейросетью является искусственный интеллект, созданный по подобию человеческих нейронов, главными функциями которого являются запоминание, обработка, узнавание и дифференциация различных объектов.

«Рождением» искусственного интеллекта можно считать создание ЭВМ в 1834 г. английским ученым Ч. Бэббидж, а сам термин «Искусственный интеллект» впервые предложил Дж. Маккарди в 1956 году. Уже в 1961 году была создана первая разговорная компьютерная программа – «Элиза». В настоящее время, подобного рода техника начала решать более сложные задачи, включая накопление и применение информации об окружающем человека мире. И уже в 2010 году мощность компьютеров позволяла сдерживать так называемые большие данные с методом глубокого обучения. В настоящее время искусственный интеллект научился распознавать лица, различать объекты, с точностью указывать вид животного, изображенного на фотографии и это далеко не весь список его возможностей. В связи с этим, искусственный интеллект широко применяется в современной действительности. Искусственный интеллект применяется в следующих сферах жизни: медицина, образование, структуры безопасности, организация быта, финансы, транспорт, промышленность и сельское хозяйство.

Искусственный интеллект изначально был задуман как имитация мышления человека. Ученые пытались воссоздать процессы, происходящие в человеческом мозге, но, к сожалению или к счастью, им до конца не удалось смоделировать их искусственно. Способ «восприятия» искусственного интеллекта значительно отличается от человеческого.

Человек воспринимает окружающую действительность структурно. То есть человек делит сложные объекты и понятия на структурные части, которые составляют иерархическую струк-

туру. Мы часто неосознанно ищем структуру даже там, где ее нет. Именно такое мышление помогает нам эффективно воспринимать окружающий мир. При встрече с каким-либо новым объектом мы ищем в нем уже знакомые составляющие, что упрощает восприятие и узнавание объекта. Мы без труда можем выделить в сложном объекте простые формы. Например, увидев дерево, в его стволе мы легко можем распознать прямую, даже если ствол на самом деле не очень-то прямой. Нейросеть, в свою очередь, видит картинку целиком и не может разложить ее на составляющие части. Она ищет паттерны, как на картинках, которыми она была обучена, искусственный интеллект способен быстро обрабатывать огромные количества информации, в отличие от «естественных» нейронов человеческого мозга. Однако человеческий, «натуральный» мозг, помимо упомянутых преимуществ, имеет и другие плюсы, главные из которых – чувственный, эмоциональный и психический опыт. Человеку достаточно один раз увидеть объект и осознать, что это, чтобы в будущем безошибочно распознавать его. Машине, в свою очередь, нужно «скормить» огромное количество изображений этого объекта, чтобы она смогла распознавать его в будущем. Это занимает дополнительное время для обучения, но самым главным минусом будет являться то, что подобный опыт обучения уже не будет имитировать человеческий и приведет к значительно менее универсальному способу узнавания объектов.

Кибернетика позволяет имитировать некоторые функции мозга, но далеко не в полном объеме. Человеческое мышление далеко не всегда логично и далеко поддается рационализации. Люди подвержены эмоциям, настроению, самочувствию, поведение человека может меняться в зависимости от всех этих факторов. Любой скачек гормонов, перепад настроения и многое другое, способно изменить поведение человека, а, как следствие, и принимаемое им решение. Искусственный интеллект, в свою очередь, – сухая логика и алгоритмы и решения принимает исключительно на основе заложенной в него программы.

Но даже несмотря на это, нейросети способны создавать иллюстрации (например DALL-E 2, MidJourney или Stable Diffusion), писать стихотворения и прозу. И делают это настолько хорошо, что 26 августа 2022 года на конкурсе живописи в Колорадо иллюстрация, созданная нейросетью MidJourney, заняла первое место. А говоря о текстовых нейросетях – уже почти невозможно отличить текст, созданный искусственным интеллектом от текста, написанного человеком. Так можно ли на основе этих суждений сказать, что искусственный интеллект обладает мышлением, как и человек?

Дж. Серл предложил мысленный эксперимент под названием «Китайская комната». Представим, что испытуемый, не знающий китайских иероглифов, находится в изолированной комнате с окошком, куда может быть помещен листок бумаги. Также в комнате находится инструкция с тем, как отвечать на поступающие из окошка листки с иероглифами. Так, испытуемые, не понимая того, какие вопросы ему задают на неизвестном ему языке способен давать как бы осмысленные ответы, действуя по алгоритму. Так же, как это делает искусственный интеллект [3]. Так, Дж. Серл пришел к выводу, что искусственный интеллект лишь имитирует понимание человека, но в действительности не способна мыслить и «выдавать» собственные осмысленные ответы. Он считал, что программы не являются сущностью разума и их недостаточно для наличия разума и что тот способ, посредством которого человеческий мозг на самом деле порождает ментальные явления не может сводиться лишь к выполнению компьютерной программы.

Так же и А. Тьюринг, рассуждая на эту тему приводил аргументы в пользу того, что машины ведут так называемую «игру в имитацию». В своей работе «Может ли машина мыслить» он привадил различные аргументы, опровергающие возможность машины мыслить, как человек [1]. Стоит разобрать так называемую «игру в имитацию» подробнее. Изначально, в этой игре участвуют 3 человека: мужчина, женщина и человек, задающий вопросы. Последний должен определить, с кем он разговаривает, с мужчиной или с женщиной. Задающий вопросы отделен от участников. А. Тьюринг, в свою очередь, поставил вопрос, что произойдет, если немного изменить правила игры? Что будет, если заменить одного из участников машиной? Сможет ли человек, задающий вопросы определить, с кем он говорит? С человеком или с искусственным интеллектом.

С другой стороны, Т. Гоббс, английский философ, считал, что мышление можно приравнять к вычислению. Если взглянуть на искусственный интеллект с такой стороны, то, смоделировать мышление человека с помощью тех или иных математических формул и алгоритмов может быть возможно, просто мы пока не знаем как именно.

Нет сомнений, что нейросеть предназначена для улучшения жизни человека. Например, искусственный интеллект может повысить эффективность и производительность труда за счет автоматизации процессов и задач, которые раньше выполнялись людьми, искусственный интеллект может интерпретировать такие объемы данных, которые не под силу интерпретировать человеку. Подобные умения, несомненно, упростят выполнение монотонной работы. Искусственный интеллект помогает людям писать статьи, часто используется в службах поддержки и во многих других сферах человеческой жизни. Уже сейчас его значение и пользу сложно переоценить. Но у развития технологии искусственного интеллекта есть и существенные минусы.

М. Хайдеггер считал, что техника доминирует над нашим мышлением и нашей жизнью, и мы уже не способны рассматривать мир вне этой технической парадигмы. М. Хайдеггер указывал на опасность того, что техника может превратиться в абсолют и стать целью самой по себе, отрезав нас от истинного смысла бытия. Техника «знает» что и как нужно делать. Она сама по себе не ищет свои границы... «техника, сущностью которой является само бытие, не может быть понята через самое себя и никогда не может позволить людям преодолеть ее, что, в конечном счете, определяет человека как господина бытия» [4].

Говоря о великих мыслителях, рассуждавших на тему опасности искусственного интеллекта, невозможно не вспомнить С. Хокинга. Он заявил, что машины в течение ста лет возьмут над человеком верх. «Уже в ближайшие 100 лет искусственный интеллект превзойдет человеческий. И до того, как это случится, мы должны сделать все, чтобы цели машин совпадали с нашими» (С. Хокинг).

Также существует мнение, что искусственный интеллект может заменить человека, «отобрать» его работу. Отличным «подтверждением» данного суждения может быть то, что AlphaGo в 2016 году смогла обыграть чемпиона Европы по игре го Ф. Хуэя. Причем сделала она это с разгромным счетом 5:0. Сейчас умение нейросетей создавать изображения по одному только текстовому описанию поставило под угрозу огромное количество художников и иллюстраторов, возможностью стать бесплатной и быстрой альтернативой их услуг. На платформе для публикации иллюстраций проходила массовая акция протеста против изображений, сгенерированных нейросетями. Ленту социальных сетей заполнили изображения с перечеркнутыми буквами AI (от Artificial intelligence – искусственный интеллект).

Подводя итог, можно сказать, что в системе «машина-человек» мышлением обладает только человек. А. Тьюринг говорил: «Мышление есть свойство бессмертной души человека, Бог дал бессмертную душу каждому мужчине и каждой женщине, но не дал души никакому другому животному и машинам. Следовательно, ни животное, ни машина не могут мыслить».

На данный момент развития искусственного интеллекта он все еще не способен чувствовать и не обладает сознанием, а, значит, и не способен мыслить. Искусственный интеллект лишь подражает мышлению человека. Иногда настолько мастерски, что искусственный интеллект сложно отличить от человека. Тест Тьюринга впервые был пройден в 2010 году чат-ботом, заставившим испытуемых думать, что он – одесский мальчик по имени Женя. Хотя искусственный интеллект и не обладает возможностью мышления, он широко используется в настоящее время. Онлайн-переводчики, различные чат-боты, редакторы фотографий, программы, способные создавать тексты и изображения – все это было бы невозможно без использования искусственного интеллекта. Искусственный интеллект остается только инструментом в руках человека, отражая его мысли и чувства. Так, искусственный интеллект остается отражением своего пользователя.

Сложно сказать, к лучшему или к худшему то, что нейросети на данный момент не могут мыслить, как люди, но одно можно сказать точно – научный прогресс не остановить и, кто знает, может быть, через пару десятилетий человек сможет искусственно воссоздать человеческий мозг и улучшить какие-либо характеристики, тем самым создав «сверхразум».

Возможность создания «сверхразума» несет за собой не только положительные, но и отрицательные аспекты. Подобное изобретение может не только значительно облегчить жизнь человеку, но нанести непоправимый ущерб. Существует теория, что в будущем человечество может попасть в зависимость от искусственного интеллекта. Негативные стороны создания сверхразума обсуждаются не только учеными, но и часто показываются в поп-культуре в сериалах, фильмах и играх.

1. Тьюринг А. Может ли машина мыслить. – Москва: Государственное издательство физико-математической литературы, 1960. – 67 с.

2. Арсеньев А.С., Ильенков Э.В., Давыдов В. Машина и человек, кибернетика и философия. – Москва: Канон плюс, 2020. – 284с.
3. Грязнова А.Ф. Аналитическая философия: становление и развитие. – Москва: Дом интеллектуальной книги, 1998. – 693с.
4. М. Время и бытие: Статьи и выступления. – Москва: Республика, 1993. – 447 с.
5. Маркус Г., Дэвис Э. Искусственный интеллект: Перегрузка. Как создать машинный разум, которому действительно можно. – Москва: Интеллектуальная Литература, 2021. – 304 с.

УДК 004

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

С.С. Сергутин, П.А. Шрейдер
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

На сегодняшний день в России все как никогда понимают важность молодежной политики. В повестке мировых конфликтов и нестабильности государство ставит перед собой цель, чтобы в такое противоречивое время молодежь познавала правильные ценности и делала всё на благо Отечества. От того какое количество сил страна приложит для развития молодого поколения, зависит процветание нашей Родины в будущем. Существует много подходов к осуществлению молодежной политики. Выбор вектора развития очень важен, так как определяет действия государства к осуществлению молодежной политики, поэтому изучение концептуальных идей является первостепенной задачей.

Ключевые слова: молодежная политика, концептуальные подходы, Российская Федерация, муниципальный уровень, молодёжь.

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE IMPLEMENTATION OF YOUTH POLICY IN RUSSIA

Today, everyone in Russia understands the importance of youth policy more than ever. In the agenda of world conflicts and instability, the state sets itself the goal that in such a contradictory time, young people learn the right values and do everything for the good of the Fatherland. The prosperity of our Motherland in the future depends on how much effort the country will put into the development of the younger generation. There are many approaches to the implementation of youth policy. The choice of the vector of development is very important, as it determines the actions of the state to implement youth policy, therefore, the study of conceptual ideas is a primary task.

Keywords: youth policy, conceptual approaches, Russian Federation, municipal level, youth.

Государственная молодежная политика регулируется Федеральным законом от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ О молодежной политике в Российской Федерации. В нем прописаны цели и принципы осуществления в нашей стране взаимодействия с молодежью. Но существуют и другие концептуальные подходы к реализации этого вопроса. Рассмотрим видение к реализации молодежной политики некоторых авторов.

В.Т. Губарева в своей статье дает понятие Государственной молодежной политики РФ, целью которой является развитие и реализация потенциала молодежи в интересах России. Государственная молодежная политика формируется и реализуется органами государственной власти и органами местного самоуправления при участии молодежных общественных объединений, неправительственных организаций и иных юридических и физических лиц.

В.Т. Губарева считает, что в основном организацией деятельности и социализацией молодежи занимаются лица или партии, заинтересованные в ней как в политической силе. Основная часть молодежи, мало принимает участия в жизни государства и общества в целом. На ее

взгляд, проблема молодежной политики должна стать одной из первых в современном мире, так как молодежь – это будущее нашей страны [1].

В.А. Смирнов в своей статье находит недочеты в организации данного института и приводит свои концептуальные идеи в развитии молодежной политики, которые включают в себя следующие элементы:

- цели молодежной политики, как наиболее общие представления о результатах социального воспитания молодого поколения;
- принципы молодежной политики;
- стратегии, формы и методы реализации [6].

В своём исследовании Д.Х. Макав выявила ряд мероприятий, которые продуктивно и положительно влияют на молодежь.

На основании проведенного ею анализа она сделала следующие выводы.

– Государственная молодежная политика оказывает непосредственное влияние на институты социализации образовательной направленности.

– Мероприятия, организованные органами государственной молодежной политики, способствуют формированию активной жизненной позиции, личностных качеств и мировоззрения молодых граждан.

– Государственная молодежная политика использует широкий диапазон методов привлечения молодых граждан [4].

Евстратова Т.А. видит путь в совершенствовании молодежной политики с помощью укрепления межведомственных отношений всех государственных структур для координирования их усилий на работу с молодежью и развитие муниципальных органов, отвечающих за молодежную политику. Также важным автор считает улучшение нормативной правовой базы и корректировка существующих правовых норм с привлечением общественности. Очень важным является как создание для молодежи новой инфраструктуры, так и модернизация старых учреждений образования, здравоохранения, культуры, спорта. Должен быть у государственной молодежной политики индивидуальный подход к различным группам молодежи. Необходимо совершенствовать систему подготовки специалистов по работе с молодежью. Нужно наращивать взаимодействие с молодежными и детскими общественными организациями. Целесообразным является формирование комплексного подхода по развитию добровольчества для повышения активности, инициативности и ответственности среди молодежи [3].

Б.А. Дейч и О.Б. Макиев, считают, что основными результатами молодежной политики необходимо рассматривать повышение уровня: социального самоопределения отдельного представителя молодежного сообщества, самоорганизации и самосознания территориальных молодежных объединений, развития территорий за счет участия молодежи и молодежного сообщества, компетенции молодежи для саморазвития и развития территорий на муниципальном уровне. Приоритет в реализации молодежной политики, по мнению авторов, должен быть направлен на то, чтобы от отдельных мероприятий и акций, переходить на политику системного включения молодежи в реальные процессы самореализации и самоопределения. При всём вышеперечисленном важным является тот момент, что молодежь необходимо воспринимать как партнера, как субъекта совместной работы, а не объект, на который направлена деятельность государства. Кроме этого, контроль за качеством молодежной политики должен осуществляться не только стандартными методами, но и с привлечением общественных экспертов [2].

Д.А. Пяткин перечисляет приоритетные направления реализации молодежной политики, основываясь на мерах, принятых в нашем государстве. Среди них такие как:

- Вовлечение молодежи в социальную среду и ее информирования о возможностях развития в этом пространстве.
- Увеличение численности молодежи, занимающейся созидательной активностью.
- Помощь с адаптацией в обществе молодежи, попавших в трудные жизненные обстоятельства.
- Создание всех условий для развития молодежи как в физическом, так и в духовном плане.
- Воспитание молодежи с использованием идей патриотизма и уважения к общепризнанным нормам и международному праву.
- Предоставление молодежи различных возможностей для выбора жизненного пути и достижения в нем личного успеха.

- Контроль и профилактика асоциального и экстремистского поведения среди молодежи.
- Поддержка и развитие общественных организаций молодежи.
- Развитие и поддержка молодежных совещательных органов.
- Развитие сотрудничества молодежи с международным сообществом [5].

После изучения статей на тему концептуальных подходов к реализации молодежной политики в России, мы обобщили все предложения в две задачи, решение которых, с нашей точки зрения, необходимо для осуществления в современных реалиях государственной молодежной политики.

Первая задача – это создание и развитие молодежных организаций. В России существуют организации, занимающиеся непосредственно реализацией и вовлечением молодежи в молодежную политику, такие как: РДШ (Российское Движение Школьников); РСМ (Российский Союз Молодежи); АКМ (Авангард коммунистической молодежи). Чаще всего молодежные объединения создаются вокруг конкретной политической силы, для формирования благосклонного в свою сторону электората. Например:

- «Время молодых» («Соколы Жириновского»), Молодежный центр ЛДПР (ЛДПР).
- Молодая гвардия Единой России (Партия «Единая Россия»).
- Молодёжное 5 декабря (Партия «Партия 5 декабря»).

Но проблема состоит в том, что молодежь мало принимает участия в жизни государства и общества в целом. Согласно исследованию, ВЦИОМ 60% респондентов склонны думать, что такие молодежные организации приносят мало пользы в развитии молодежи. Из этого следует, что важной задачей является заинтересовать молодежь вступать в организации и объяснить какие возможности это им даст. К примеру можно обратиться за рекламой молодежных организаций к блогерам, которые могут записывать тематические видеоролики о своем участии в мероприятиях или рассказывать на свою большую аудиторию о преимуществах вступления в объединения.

Вторая задача – это комплексный подход к реализации молодежной политики. Почти все концептуальные подходы либо несут в себе эту идею или подразумевают ее. Принимаемые меры по отношению к молодежи должны начинаться от современной инфраструктуры на муниципальном уровне и заканчивая совершенствованием законодательства на государственном уровне. Молодежная политика не имеет смысла без общего усилия со стороны всех уровней власти, сплоченной работы молодежных организаций и участия каждого отдельного гражданина.

Первая задача охватывает вовлечение молодежи в совместную деятельность, направленную на общее благо, с помощью вступления в объединения. А вторая задача создает совместную структуру молодежи и всех уровней государственной власти, что позволит реализовывать молодежную политику так, как это было задумано и с равными возможностями для всех ее участников.

Важным при этом является, то, что молодежь не должна восприниматься в обществе, как ребенок, который ничего не умеет и его только и нужно кормить и заботиться о нем. Нет! Молодежь должна быть не только объектом молодежной политики, но и главным участником ее создания, модернизации и реализации. Лучше самой молодежи не знать, как ей будет лучше, так что принимаемые меры по осуществлению государственной молодежной политики, по нашему мнению, перед принятием должны быть оговорены с теми, на кого эти меры будут распространяться.

1. Губарева В.Т., Рудаков А.В. Государственная молодежная политика в РФ // Национальной Государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, 2006. – С. 35–39

2. Дейч Б.А., Макиев О.Б. Состояние молодежи и молодежной политики в современной России: проблемы, риски, пути развития // Трансформация идеи гражданского общества в контексте социальных изменений: сборник статей по материалам первой Международной конференции, Белгород, 30 октября 2014 года / Белгородский государственный национальный исследовательский университет. – Белгород: ИД "Белгород", 2014. – С. 112–115.

3. Евстратова, Т. А. Молодежная политика современной России: проблемы и пути их решения // Социальная политика и социология. – 2010. – № 5(59). – С. 55–61.

4. Макав Д.Х., Бориско О.А. Реализация Государственной молодежной политики в РФ: особенности вовлечения молодежи. – Кубань: Кубанский государственный университет, 2019. – С. 28–32

5. Пяткин Д.А. Основные аспекты государственной молодежной политики России // Молодежь России: проблемы и тенденции социально-правовой социализации: сборник статей по материалам Всероссийского круглого стола, Санкт-Петербург, 27 ноября 2014 года / Верховный суд РФ; Северо-Западный филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия». – Санкт-Петербург: Издательский дом "Петрополис", 2015. – С. 174–179.

6. Смирнов В.А. Концептуальные основы современной молодёжной политики // Вестник Костромского Государственного Университета им. Н.А. Некрасова. – 2006. – С. 174–178.

УДК 172.16

ТРАНСФОРМАЦИЯ ГУМАННОСТИ КАК НРАВСТВЕННОГО ПРИНЦИПА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Р.Е. Сюттик
студент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье анализируется проблема значимости человеческой жизни и восприятие её обществом в историческом аспекте. Идей гуманизма, претерпевая существенные изменения, оказывают влияние на развитие общества. Акцентируется внимание на социальных процессах, приводящих к дегуманизации общества. По мнению автора, отсутствие единого понимания гуманизма является фактором появления антигуманных идей.

Ключевые слова: *гуманность, значимость, жизнь, дегуманизация, глобализация.*

TRANSFORMATION OF HUMANITY AS A MORAL PRINCIPLE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The article analyzes the problem of the significance of human life and its perception by society in the historical aspect. The ideas of humanism, undergoing significant changes, have an impact on the development of society. Attention is focused on the social processes leading to the dehumanization of society. According to the author, the lack of a common understanding of humanism is a factor in the emergence of inhumane ideas.

Keywords: *humanity, significance, life, dehumanization, globalization.*

Актуальность данной статьи заключается в вопросе о жизненных ценностях и о самом смысле жизни, который никогда так остро не стоял сегодня как перед человечеством в целом, так перед каждым мыслящим человеком. В каждую эпоху человек сталкивался с проблемой смысла жизни и ее ценности, а современный мир накладывает новую специфику. Сегодня человечество ранее переживает духовный кризис, связанный с чувством утраты смысла жизни, «экзистенциальным вакуумом».

Цель данной статьи – показать трансформацию принципа гуманности как нравственного принципа в условиях глобализации.

Сколько стоит жизнь человека? Казалось бы, что она не оценима и бесценна. То, что легко приобрести и при этом легко потерять, приобретает для человека сакральный характер. Каждая ли жизнь стоит того, чтобы её ценить? Все люди умирают, но не каждый из нас живёт по-настоящему.

Нельзя отрицать, что наше настоящее современное общество – это общество потребителей. То, что предрекал Р. Брэдбери своим романом «451 градус по Фаренгейту» медленно, но уверенно наступило. Общество, в котором доминирует неведение, безразличие и повальный «стадный инстинкт». В таком обществе человеку или же потребителю не представляет особого интереса всё то, что выходит за рамки его зоны комфорта, способное подтолкнуть к изменению его взглядов на жизнь. Эти слова подтверждает философ и социолог Э. Фромм, который ввёл в научный оборот термин «Общество потребления».

В одной из своих последних работ «Иметь или быть?» Э. Фромм остерегал об опасности паразитирования потребительского образа жизни и, в свою очередь, рассматривал создание общества, главной целью которого будет воспитание нового человека. Большинство людей в современном мире тратят данное им время на те вещи, которые не способны их двигать и развивать, можно сказать что человек, в какой-то мере, сам обесценивает свою жизнь.

Французский исследователь Г. Лебон в книге под кратким названием «Толпа», попытался вывести общие законы поведения человека в неорганизованной общности людей. Он утверждал, что средний человек в массе людей, в толпе обнаруживает более низкий уровень интеллекта, чем вне её. В толпе он более агрессивен, ожесточен, нетерпелив, аморален и даже способен вести себя на уровне животного. Эти доводы подтвердили последующие экспериментальные исследования. Те специфические изменения в психологии и поведении человека под влиянием толпы, на которые одним из первых обратил внимание Г. Лебон, внимательно исследованы в социальной психологии под названиями «обезличивание» и «деиндивидуализация».

Человек существо «биосоциальное» для него характерны как биологические черты, так и социальные, такие как способность осуществления коллективной деятельности, способность мыслить, а также способность преобразовывать окружающий мир по средствам своей деятельности. Эти и другие навыки человек получает в процессе социализации. Важнейшей стадией которой является подростковый период. Период, в котором человек формирует своё собственное «Я», а также принципы и убеждения. В ходе данного процесса человек становится участником множество социальных групп большая часть из которых способствует его формированию. Ими могут быть как малые группы, участники которой устанавливают между собой межличностные контакты, отличающиеся психологической гармонией и общей заинтересованностью. малой группой может выступать семья, группа сверстников, школьный класс. Так и большие группы, в которых человек вырабатывает нормы поведения, общественные культурные традиции и общественное мнение. В роли таких групп выступают религиозные конфессии, нации (этнические группы), массовые движения. Однако, в процессе формирования человек во многом подвержен негативным факторам. Этими факторами могут выступать отрицательное влияние социального окружения, негативное влияния средств массовой информации, зависимость подростка от норм и ценностей группы сверстников, так в роли негативного фактора может выступать литература экстремистского и иного толка. Находясь в таком положении, он проявляет агрессию по отношению к другим людям, противопоставление себя, провокативное поведение, пренебрегает моральными установками.

«Права человека являются неотъемлемым достоянием всех людей, без какого бы то ни было различия на основании расы, цвета кожи, пола, языка, религии, национального или социального происхождения, или любого иного аспекта. Права человека включают право на жизнь и свободу, свободу от рабства и пыток, свободу убеждений и их свободное выражение, право на труд и образование и многие другие. Этими правами должны обладать все люди, без какой-либо дискриминации». С этих слов начинается раздел «Глобальные вопросы на повестке дня» на сайте ООН.

В разные времена жизнь человека ценилась по-разному, можно сказать, что человечество на пути своего становления не всегда считало, что жизнь человека имеет какую-то особую значимость. В древнекитайской этике значимость человеческой жизни во многом определялась идеалом внутренней свободы, который получил развитие и учениях ранних конфуцианских и даосских мыслителей.

Древнегреческий философ Аристотель создал этическую науку, которая, как он считал, не зависит от политических обстоятельств. Именно она дает практические рекомендации, как достичь счастья и осмысленности жизни. Аристотель отметил, что одни считают счастьем добродетель, другие – рассудочность, третьи – известную мудрость. Счастье в концепции античного мудреца рассматривалось как высшее и прекрасное благо, которое доставляет удовольствие. Не стоит также забывать о такой вещи как рабство, которое было широко распространено по всему земному шару вплоть до второй половины XIX века. В своей сущности рабы являлись собственностью свободного человека, который имел право свободно распоряжаться своей собственностью, в число которой входили и рабы. Более того, чем больше рабов имел человек, тем знатнее и состоятельней он казался в глазах общественности.

Особо важным моментом в трансформации человеческого сознания стала «Эпоха Возрождения» и появление философского учения гуманизма в сути, которого человек воспринимался, как высшая ценность права и свободы которого не отчуждены и находятся под защитой.

Одна из основополагающих идей гуманизма является: идеи Антропоцентризма, согласно которой каждый человек является прежде всего личностью, принципиальное равенство всех людей, свобода воли, и т.д. Л.Б. Альберти верит в возможность совершенствования общества путём морального воспитания всех его членов. От Э. Роттердамского идёт традиция понимать христианство как систему ценностей, осуществляемую в повседневной жизни. Попыткой ответа гуманистов на противоречия эпохи зарождения в экономике капиталистических элементов была политическая философия гуманизма Ж. Бодена и Н. Макиавелли, предлагавшая планы политических реформ, а также идеалы общественного устройства Т. Мора и Т. Кампанеллы. Названных мыслителей объединяет вера в могущество человека и его разума.

Хотелось бы привести пример одного из таких философов и по совместительству юриста Т. Мора, человека, стоявшего у истоков течения теории гуманизма. В своих работах, в том и числе в книге «Утопия», он продвигал модель «идеального государства» совершенно иного уровня. В рисуемом мире Мора, где среди всего прочего, существует радость, получаемая от жизни, заключается в духовной свободе. Многие обретают счастье в занятиях наукой и литературой, в моральном совершенствовании. В таком мире, как писал Мор, нет телесных наказаний и простой человек освобождён от властного гнёта в лице своего феодала. Значимое внимание в Утопии придавалось нравственному воспитанию молодежи, на его взгляд воспитываемая молодёжь должна иметь некий базис, проявлявшийся в самоотверженной любви к отчизне, бескорыстной помощи соседним народам, чувству общности со своими согражданами, самоограничении и самодисциплине, формировании разумных потребностей, умеренности, презрении к роскоши и «ложным наслаждениям». Однако, как мы видим, по сей день данные идеи выглядят не менее утопично, чем в начале XVI века в силу того, что человек не способен достичь до такого уровня нравственного развития в силу своего самосознания. Но несмотря на это, уже в XIX веке данными идеями заинтересовались коммунисты по всему миру, некоторые из которых в последствии станут во главе крупных мировых держав.

XX век – это один из самых насыщенных периодов современной истории. Период технического прогресса, подаривший нам самолёт, телевидение, интернет, поп-культуру и много чего ещё, тем самым сделал жизнь человека более удобной и комфортной. Однако даже в таком, казалось бы, быстроразвивающемся периоде были тёмные стороны. Возвращаясь к идеям коммунизма, хочется отметить, что хоть, коммунисты стремились построить государство, где человек освобождён от эксплуатации другого человека, свободный труд, ликвидированы все формы социального неравенства. Однако, как оказалось на деле, это были всего лишь идеи для привлечения масс к общности. Данным идеям было не суждено реализоваться на практике, в силу природы человеческого самосознания и его властолюбия. Подавление свободы инакомыслия и слова, экспроприация, голодомор, коллективизация всё это выливалось в контрреволюционные и антибольшевистские забастовки и восстания. Подобный путь проходили большинство государств, переживавшие приход к власти диктатуры. И не в одном из них государство не считалось с человеческой жизнью.

В 1948 г. ООН признала геноцид преступлением, одобрив «Конвенцию о предупреждении преступления геноцида и наказании за него». Введенный Р. Лемкиным в юридическую практику термин «геноцид» подразумевал «координированный план различных действий, направленных на уничтожение жизненно важных основ существования национальных групп и самих этих групп как таковых».

В конвенции 1948 г. под геноцидом понимаются «действия, совершаемые с намерением уничтожить, полностью или частично, какую-либо национальную, этническую, расовую или религиозную группу: убийство членов такой группы; причинение серьезных телесных повреждений или умственного расстройства членам такой группы; предумышленное создание для какой-либо группы таких жизненных условий, которые предполагают ее полное или частичное физическое уничтожение; применение мер, рассчитанных на предотвращение деторождения внутри такой группы; насильственная передача детей из одной группы в другую».

Одним из примеров «расовых чисток» стал «Холокост», унёсший жизни 6 миллионов евреев. Холокост приводился на территориях, подконтрольных нацисткой Германии. Стоит заметить, нацисты, не руководствовались нормами морали, а считали свои действия безнаказанными и право приемлемыми. Ярким примером служит Беларусь. В годы нацисткой оккупации было сожжено более шестиста сёл и деревень вместе с их жителями. Как же так вышло, что вчерашние простые люди превратились в убийц? Если искать ответ на данный вопрос с точки зрения концепции субстанциалистского подхода, то эти люди, освобожденные от любых культурных напластований, продемонстрировали истинную природу человека: эгоцентричную и неэтичную. Они показали, насколько ненадежны все моральные установки, выработанные человечеством. Холокост показал, что гуманистические моральные установки нельзя принимать как данность. Сеть обоюдных моральных обязательств должна оберегаться как одно из величайших достижений человечества, она уязвима и подвергается постоянной опасности.

В вопросе о значимости и о цене человеческой жизни современном мире всё весьма однозначно. С одной стороны, закон большинства стран мира признает человеческую жизнь наивысшей ценностью, государство оказывает материальную и социальную поддержку гражданам. Однако фиксируются непрекращающиеся войны по всему миру. Бедность, нехватка материальных ресурсов, и многое другое. В совокупности, это нам даёт понять, что цена и значимость человеческой жизни на сегодняшний день в глазах общества не претерпела кардинальных изменений в сравнении с прошлым столетиями, более того, большинство людей сами того не осознавая, оказывают поддержку антигуманным и античеловечным идеям и тем самым ставят своё государство на тоталитарный путь, поддерживая допущения к власти узурпаторства (пример – правления М. Каддафи).

Таким образом, на сегодняшний день можно сказать, что человечество переживает осязаемый прогресс во сравнении с древними временами в отношении принципов гуманности и человека, в целом. Однако человечеству стоит обратить на проблемы, тянущиеся испокон веков, которые не дают большинству жителей мира в полной мере ощутить свою значимость и полноценность.

1. Швачкина Л.А. Гуманность в контексте культурных традиций Востока и Запада: дис. д-ра ... филос. наук: 24.00. – Ростов-на-Дону: Юж. федер. ун-т. 2011. – 268 с.

2. Зассин В. Гуманность и будущее человека // Идеи и идеалы. – 2018. – Т. 1. – № 2 (36). – С. 9–27.

3. Решетова Е. Жизнь не бесценна – URL: <https://iq.hse.ru/news/177670487.html>

4. Мацына А.И., Мацына Р. А. Геноцид: проблема преодоления причин социальной трагедии // Вестник Челябинского государственного университета. – 2017. – № 7 (403). Философские науки. Вып. 45. – С. 69–72.

5. Мирошина Е.Ю. Общество потребления: критика и пути преобразования. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvo-potrebleniya-kritika-i-puti-preobrazheniya/viewer> (дата обращения: 02.01.2023)

6. Чернова Г.Р., Сергеева М.В. Особенности взаимовлияния личности и группы. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vzaimovliyaniya-lichnosti-i-gruppy/viewer>

7. Дараган Н.Д. О гуманизме эпохи Возрождения. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/-gumanizme-epohi-vozrozhdeniya> (дата обращения: 02.03.2023)

Секция. ПСИХОЛОГИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

УДК 159.9

САМООЦЕНКА У ШКОЛЬНИКОВ С РАЗНЫМИ ПАРАМЕТРАМИ САМОРАСКРЫТИЯ СПОСОБНОСТЕЙ

О.Д. Волкова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье раскрываются актуальность и проблемы исследования самооценки школьников предпубертатного возраста, а также даются определения основных исследуемых феноменов. Представлены методы и методики эмпирического исследования, его результаты. В качестве респондентов выступили учащиеся 9–11 лет одной из школ Приморского края. Результаты показали, что количество школьников с самораскрытием способностей в группах с разными уровнями самооценки не различается. Новым оказался результат, который отражает пик самораскрытия способностей у 10-летних детей.

***Ключевые слова:** самооценка, самораскрытие способностей, предпубертатный возраст, достоверность различий.*

SCHOOL STUDENTS SELF-ESTEEM WITH DIFFERENT PARAMETERS OF SELF-DISCLOSURE ABILITIES

The article reveals the relevance and problems of studying the self-esteem of pre-adolescent schoolchildren, and defines the main phenomena under study as well. The methods and techniques of empirical research and its results are presented. The respondents were students of 9-11 years studying at one of the schools of Primorsky Krai. The results showed that the number of students with self-disclosure abilities in groups with different levels of self-esteem does not differ. The result which reflects the peak of self-disclosure of abilities in the age of 10 was new.

***Keywords:** self-esteem, self-disclosure of abilities, pre-adolescence, reliability of differences.*

Самооценка играет важную роль в развитии личности и часто является показателем успеха в учебе и личной жизни. Ученики в период обучения в школе находятся на этапе становления личности, их способности развиваются. Изучение параметров, связанных со степенью самораскрытия способностей, может помочь понять, как ребенок определяет свои цели и мотивацию для обучения, и как это влияет на его самооценку.

Самооценка является давно исследуемым феноменом и важным аспектом психического развития, она может влиять на учебные показатели, настроение и удовлетворенность жизнью.

Отечественные психологи определяют самооценку как – оценку личностью самой себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей или обобщенное т.е. устойчивое, внеситуативное и, вместе с тем, дифференцированное отношение ребенка к себе [1, 2].

От самооценки зависят взаимоотношения человека с окружающими, его критичность, требовательность к себе, отношение к успехам и неудачам. Тем самым самооценка влияет на эффективность деятельности человека и дальнейшее развитие его личности.

В предпубертатный период многое решается в жизни школьника: он накапливает знания о других и о самом себе. Выражает отношение к себе, в результате активизируется новообразование – личностная и социальная рефлексия, расширяется представление о себе, как субъекте.

Самораскрытие способностей является феноменом, связанным с содержанием Я-концепции. Автором исследования данного феномена является В.С. Чернявская. Она понимает самораскрытие способностей как результат внутреннего диалога человека с самим собой, в

результате которого он включает в состав представлений о себе – Я-концепции- категории, отражающие идентификацию его со своими способностями [4].

То есть регистрируются не те виды деятельности, которые данный человек любит, или чем занимается, а именно такие категории, которые отражают его идентифицированные способности, например: я – теннисист; я – пианистка; я – писатель. Экспертная оценка позволяет выделить такие категории и зарегистрировать самораскрытие способностей [4].

Цель данного исследования – выявить уровень самооценки у школьников с разными параметрами самораскрытия способностей. Объект – самооценка. Предмет – самооценка у школьников с разными параметрами самораскрытия способностей

Методы сбора эмпирических данных: методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн, тест «Кто Я?» (М. Кун и Т.Мак-Партланд)

База исследования: в эмпирическом исследовании приняла участие группа школьников 9–11 лет. Общее количество респондентов – 73 человека. Все школьники являются учениками одной школы, МБОУ с.Анучино, Анучинского муниципального округа Приморского края.

Каждый возрастной этап характеризуется особым положением ребенка в системе принятых в данном обществе отношений. В соответствии с этим жизнь детей разного возраста наполняется специфическим содержанием: особыми взаимоотношениями с окружающими людьми и особой, ведущей для данного этапа развития деятельностью [3].

Школьники данного возраста немного выбиваются из известных нам возрастных периодизаций, поэтому назовем этот период, как сказала Галина Анатольевна Цукерман, "Ничья земля" в возрастной психологии.

Для детей 9–11 лет этот этап связан с увеличением физических и умственных нагрузок, расширением социальных границ ребенка и адаптацией в обществе. Ребёнок по-другому оценивает себя и свои способности, переживает очередной кризис и учится быть самостоятельным и ответственным человеком [3].

В результате проведения методики по изучению самооценки были получены следующие данные.

Таблица 1

Количество испытуемых с разными видами самооценки

Возраст	Низкая самооценка	Средняя самооценка	Завышенная самооценка	ВСЕГО
9 лет	1	14	2	17
10 лет	4	17	10	31
11 лет	5	16	4	25
ВСЕГО	10	47	16	73

По результатам исследования выявлено, показатели самооценки соответствуют нормальному распределению для данной возрастной группы.

Следующий этап исследования – анализ данных по методике «Кто Я?»

В результате анализа полученных данных было выявлено, что у 9-летних самораскрытие зафиксировано у 5 человек (29%) из 17 (все 5 (100%) – девочки, обладающие средней (3) либо завышенной самооценкой (2).

В возрасте 10 лет самораскрытие зафиксировано у 20 (6 человек из 31,6 (30%) из которых девочки (3 – со ср. самооценкой, 3 – с завышенной), 14 (70%) – мальчики (2 – заниж. Самооценка, 8 – средняя, 4 – завышенная).

В возрасте 11-ти лет самораскрытие зафиксировано у 14 (56%) человек из 25, из которых 7 (50%) девочки (1 – с заниженной самооценкой, 4 – со ср. самооценкой, 2 – с завышенной), 7 (50%) – мальчики (1 – заниж. самооценка, 6 – средняя).

Полученные данные приведены в табл. 2.

Таблица 2

Количество школьников разного возраста с разными уровнями самооценки с зафиксированным самораскрытием способностей

Возраст	Заниженная самооценка		Средняя самооценка		Завышенная самооценка		Всего	
	м	ж	м	ж	м	ж	м	ж
9 лет	0	0	0	3	0	2	0	5
10 лет	2	0	8	3	4	3	14	6
11 лет	1	1	6	4	0	2	7	7
Всего	3	1	14	10	4	7	21	18
Всего по выборке	4		24		11		39	

Далее по всем полученным данным был проведен статистический анализ по критерию Фишера.

Вначале был произведен расчет на сравнение количества детей с зафиксированным самораскрытием способностей в группах с разными видами самооценки.

Таблица 3

Результаты расчета достоверности различий

Показатели самооценки	Заниженные и средние	Средние и завышенные	Заниженные и завышенные
$\varphi^*_{эмп}$	0.643	0.865	0.643
Зона значимости	Попадает в зону незначимости	Попадает в зону незначимости	Попадает в зону незначимости

Как мы видим, все результаты попали в зону незначимости, значит, взаимосвязи самооценки с самораскрытием способностей нет.

Следующим этапом было сравнение школьников с самораскрытием способностей в разных возрастах, уже без учета самооценки.

Таблица 4

Результаты расчета достоверности различий

Возраст	9-10 лет	10-11 лет
$\varphi^*_{эмп}$	2.382	0.647
Зона значимости	Попадает в зону значимости	Попадает в зону незначимости

В результате обработки статистических данных было выявлено, что результат данных детей 10 лет попадает в зону значимости.

Это значит, что достоверно выявлено, у 10-тилетних самораскрытие способностей выше. Обнаружен возрастной пик самораскрытия способностей. То есть дело всё-таки в возрасте, а не самооценке. Гипотеза, основанная на исследованиях о влиянии самооценки на личность ребёнка в нашем исследовании, не подтвердилась.

Более того, результаты соответствуют изданным результатам исследования Альберта Эллиса о том, что самооценка не является глобально важным и влияющим на личность феноменом.

1. Выготский Л.С. Собрание сочинений в 6 томах: Т. 2. Проблемы общей психологии. – Москва: Педагогика, 1982. С. 504.

2. Липкина А.И. Самооценка школьника. Серия: Новое в жизни, науке, технике. "Педагогика и психология". – Москва: Знание. С. 64.

3. Цукерман Г.А. Десяти–двенадцатилетние школьники: «ничья земля» в психологии // Вопросы психологии. – 2005. – № 3. – С. 18.

4. Чернявская В.С. Самораскрытие способностей: понятие, основные функции и условия развития // Самораскрытие способностей как внутренний диалог: когнитивные, метакогнитивные и экзистенциальные ресурсы человека. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2021. – С. 8–18.

УДК 159.9

РОЛЬ МЕТАКОГНИТИВНЫХ СВОЙСТВ ЛИЧНОСТИ В ИЗУЧЕНИИ МАТЕМАТИКИ

Д.Д. Дейкун
магистрант

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Раскрыты аргументы значимости изучения математики, а также метапредметных результатов в виде представлений о себе сопряженных с самооценкой Я-концепции. Рассматривались результаты качественного анализа различий состава Я-концепции – самоописаний и самораскрытия способностей, как одного из компонентов метакогнитивных свойств личности в изучении математики в двух контрастных группах – с разными уровнями успеваемости по математике. Получены данные о значимости успеваемости по математике, как показателе, отражающем развитие Я-концепции подростка.

Ключевые слова: Я-концепция, математика, успеваемость, подростки, самораскрытие способностей.

ROLE OF METACOGNITIVE PROPERTIES OF THE PERSONALITY IN STUDYING MATHEMATICS

Arguments of the importance of studying mathematics and metasubject results in the form of the ideas of themselves interfaced to the self-concept self-assessment are opened. Results of the qualitative analysis of distinctions of structure of the self-concept – self-descriptions and self-disclosure of abilities as one of components of metacognitive properties of the personality in studying mathematics in two contrast groups – with different levels of progress on mathematics were considered. Data on the importance of progress on mathematics as the indicator reflecting development of the self-concept of the teenager are obtained.

Keywords: self-concept, mathematics, progress, teenagers, self-disclosure abilities.

Для современного школьника математика является трудным и редко любимым предметом. Однако значение математики в развитии интеллекта сложно оспорить. [4]. Следует необходимость в изучении и анализе данных противоречий – значимости и трудности в изучении предмета математика. Принцип единства аффекта и интеллекта, сформулированный Л.С. Выготским, в контексте нашего исследования говорит о том, что за нелюбовью к математике следуют низкие показатели успеваемости по предметам математического цикла и наоборот [2].

Компетенция овладения методами получения знания является наиболее востребованным результатом обучения в школе. Из этого следует, что показателем продуктивного обучения является способность и готовность человека к самообразованию и саморазвитию. Такая готовность подразумевает позитивное представление о своих способностях. Роль психологических причин успешности или не успешности освоения математики является определяющей.

Подростковый возраст является одним из самых сложных периодов в онтогенезе человека. Главным результатом образования является ученик с его развитыми способностями и ком-

петенциями. Переживание успешности в учебной деятельности по математике включает не только академическую успеваемость, но и те состояния которые отражают осмысленность учебной деятельности, удовлетворение в процессе деятельности, открытие своих способностей.

Эмпирическое исследование проводилось в восьмых и девярых классах двух школ г. Владивостока (СШ 32 и СШ 65). Использовался метод контрастных групп: общая выборка была разделена на две группы А и Б. Группа А – с высоким уровнем успеваемости, группа Б – с низким уровнем успеваемости. В группу А вошли испытуемые с оценками за 1 и 2 четверть: 5,5; 5,4; 4,5. В группу Б вошли испытуемые с оценками за 1 и 2 четверть: 2,2; 2,3; 3,2. Всего в группе оказалось 54 школьника – из группы А; 57 – группы Б.

Далее подросткам было предложено написать эссе на тему своих переживаний в процессе изучения математики. За единицу контент-анализа были приняты позитивные и негативные суждения о предмете математика в целом. Коннотация рассчитывалась исходя из количества слов относительно предмета.

Анализ эссе показал, что испытуемые группы А и Б испытывают больше негативных эмоциональных переживаний чем положительных в своих суждениях о предмете математика. Однако в группе Б число негативных коннотаций больше чем в группе А. Основные трудности на уроке математики связаны с непониманием применения предмета в будущем, эмоциональными переживаниями отношений с учителем, которые, в итоге, опосредуют мотивацию и интерес к предмету, а также с пробелами в знаниях. Самые часто используемые слова в обеих группах: трудно, сложно, непонятно, запустил, тяжело, не понимаю, не вижу смысла, скучно. Анализ самораскрытия способностей показал, что всего в группах А и Б лишь 13 человек в самоописании отразили свои способности. Это были способности: «творческий», «художник», а также ряд способностей, связанных со спортом.

Результаты показали различия представлений о себе у подростков с разными уровнями успеваемости по математике. У испытуемых в группе А больше сформированы социальные представления и определенность по отношению к полу, показатели Коммуникативного Я, Деятельного Я, Перспективного Я, Рефлексивного персонального Я и Рефлексивного глобального Я. У испытуемых в группе А слабо сформированы, а у испытуемых группы Б абсолютно не сформированы показатели Материального Я и показатели Физического Я. Таким образом все показатели представлений о себе в группе А более благополучны по сравнению с группой Б.

Выводы. Результаты настоящего исследования говорят о том, что оценки по математике являются предикторами развития самораскрытия способностей. Я-концепция личности отражает не только существующее знание подростка о себе, но и перспективно относительно будущих успехов, успешность изучения математики отражает интегральный показатель. Данный вывод можно подтвердить результатами исследований В.Н. Дружинина, который показал, что лишь успешность по математике предопределяет уровень формального интеллекта: он обнаружил достоверные корреляции между разными типами интеллекта и успешностью лишь в области алгебры и геометрии [3, с. 263]. Также есть данные, что метакогнитивные способности способствуют активизации научных исследований студентов [7].

Перспективы исследования видятся в детализации когнитивных и метакогнитивных составляющих успешности изучения математики у подростков; расширении выборки и включении статистических методов – корреляционного и факторного анализа для обеспечения валидности результатов; разработке и реализации программы развития когнитивных и метакогнитивных способностей подростков с низким уровнем успешности по математических дисциплинам.

1. Аминов Н.А., Малахова В.Р., Чернявская В.С. Механизм самораскрытия способностей у подростков как фактор академической успешности // Сибирский психологический журнал. – 2021. – № 82. – С. 96-119.

2. Выготский Л.С. Психология искусства. – Москва: Искусство, 1968. – 576 с

3. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – Санкт-Петербург.: Изд-во «Питер», 1999. – 368 с.

4. Филимонов В.А. «Ненавижу математику!» или когнитивная инфраструктура против когнитивного иммунитета //Актуальные проблемы преподавания математики в техническом вузе. – 2015. – № 3. – С. 214–220.

5. Чернявская В.С., Черемискина И.И., Осадчева И.И. Психолого-педагогические предикторы самораскрытия способностей в период ранней юности (на примере выборки старшекласников) // Развитие человека в современном мире. – 2019. – № 4. – С. 24–33.

6. Chernyavskaya V.S., Cheremiskina I.I., Shibaev V.S. The Psychological Predictors for Self-Disclosure of High School Students' Abilities (E.G. Eleventh-Graders of Vladivostok School) // Proceedings of the International Scientific Conference "FarEastCon" (ISCFEC 2020): Серия: Advances in Economics, Business and Management Research, Vladivostok, 01–04 октября 2019 года. – Vladivostok: Atlantis Press, 2020. – DOI 10.2991/aebmr.k.200312.400. – EDN QRUAHQ.

7. Чернявская В.С., Яровенко Е.Е. Психолого-педагогические условия развития метакогнитивных способностей у будущих студентов-исследователей // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 6(97). – С. 305–307.

УДК 339

ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕХНОЛОГИИ И.С.ЯКИМАНСКОЙ

Е.М. Камилавочкина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье рассмотрены современные подходы к образованию, изучена актуальность лично-ориентированной технологии обучения. Представлены теоретические данные педагогики и психологии школьников.

Ключевые слова: образование, воспитание, лично-ориентированный подход, личность, педагог, учащийся, самосознание.

PERSONALITY-ORIENTED EDUCATION ON THE EXAMPLE OF I.S.YAKIMANSKAYA TECHNOLOGY

The article considers modern approaches to education, examines the relevance of personality-oriented learning technology. Theoretical data of pedagogy and psychology of schoolchildren are presented.

Keywords: education, upbringing, personality-oriented approach, personality, adolescence, teacher, student, self-awareness.

Введение

В современной педагогике и психологии школьников существуют следующие подходы к обучению: системно-структурный, организационно-деятельный, отношенческий, лично-ориентированный и другие. Важнейшей составляющей образовательного процесса является лично-ориентированное образование – развитие и саморазвитие личностных качеств учащихся, формирование ученика как личности с учетом индивидуальных способностей.

Прежде чем рассматривать современный лично-ориентированный подход как основной, я думаю, имеет смысл охарактеризовать традиционный (авторитарный) подход, который ему противостоит.

Традиционно под образованием и воспитанием понимается процесс передачи жизненного опыта старших поколений – младшим. Под влиянием советской идеологии в педагогике прочно утвердились авторитарные методы образования и воспитания. Школа воспроизводила «исполнителей», которые действовали по принципу «ты должен», а не «ты можешь». Собственная природа ребенка, его индивидуальность и самобытность не учитывались при обучении. Такое понимание образования означает: субъект – это объектные отношения между учителем и учеником, в которых цели и средства образования остаются формирующими, являются внешними по отношению к личности учащегося и слабо влияют на его внутреннюю духовную сущность. Педагог – это не субъект общения, а субъект воздействия, ученик, соответственно,

является объектом воздействия. При этом взаимодействия нет, а есть однонаправленное действие. Формируя ученика как объект, педагог формирует комплекс особых правил и требований для достижения его безусловного выполнения, сосредотачиваясь на ученике как на объекте, учитель не просчитывает последствия в своих действиях. Учитель осуществляет формальное общение, используя метод чрезмерного контроля, эмоционального и административного давления, вызывая у ученика чувство тревоги, депрессии и пассивного послушания. Такое обучение приводит к следующим негативным последствиям: ученики либо становятся чрезмерно тревожными, зажатými и неуверенными, они не знают, хорошо это или плохо иметь собственные мысли, цели и интересы, отличные от тех, которые разрешены в школе, то есть они теряют реальность своего психологического «Я». Либо они полностью выходят из подчинения, бунтуют, проявляют агрессию и полное неприятие школы, только их «я» служит детерминантой поведения, и социальное окружение полностью отрицается. Но в любом случае гармоничное развитие личности нарушается, формирование свободного, творческого мышления детей становится затруднительным. Они формируются как исполнители, готовые в основном к репродуктивной деятельности. Такой подход известен как авторитарный. Этот подход основан на явном признании учителя как более зрелого, опытного, знающего, образованного человека, который сознательно ставит и решает наиболее важные проблемы образования других, принимая на себя ответственность за их решение, может определять цели их образования, а также пути, средства и способы достижения этих целей.

Современный гуманистический подход пронизывает идеи педагогики сотрудничества, демократии, равенства учителя и ученика. С точки зрения гуманистической педагогики образовательный процесс определяется как деятельность по развитию духовного мира личности, направленная на оказание ей педагогической поддержки в процессе самообразования своего морального облика. Образование также можно рассматривать как процесс самоорганизации личности за счет ее внутренних ресурсов, который требует определенной внешней инициации (стимуляции). Такой подход называется личностно-ориентированным. Основная идея этого подхода заключается в признании учащегося главной фигурой всего образовательного процесса, основанного на субъект–субъектных отношениях между учителем и учеником. На этой основе определяется содержание образовательного процесса и, прежде всего, стиль взаимоотношений педагога и ученика. Ученик признается равноправным партнером преподавателя в образовательной деятельности. В этом случае учитель не принуждает ученика к изучению необходимого материала, а создает оптимальные условия для саморазвития ученика. В этом подходе подчеркивается, что личностно-ориентированное образование – это самоорганизуемый образовательный процесс, то есть тип образования, в котором собственные усилия личности имеют первостепенное значение, то есть обучение – это процесс, который запускает механизмы личностного развития учащихся [1].

Основная часть

Имеется большой практический опыт реализации авторских моделей школьных образовательных программ: личностно-ориентированное обучение И.С. Якиманской, признание личности ребенка высшей ценностью в процессе воспитания и образования с точки зрения В.А. Сухомлинского, эффект «дидактического содействия» А.В. Карпова, гуманизм К. Роджерс и др. [3,4,5,6].

И ученые, и практики едины в принятии гуманно-личностной стратегии образования и воспитания. Суть ее можно кратко выразить словами Л.С. Выготского: «Невозможно, чтобы один воспитывал другого... Человек, в сущности, воспитывает себя сам... Педагог лишь создаёт условия» [2]. Эти методы оправдывают предоставление ученику возможности выбора. Принимая собственные решения, имея право на выбор, учащийся становится субъектом обучения и, соответственно, «получателем» образовательного результата. Более того, этот результат может быть им осознан, поскольку он основан на размышлении, рефлексии.

Согласно методу И.С. Якиманской, личностно-ориентированное обучение – это обучение, в котором особое внимание уделяется личности ребенка, его идентичности, самооценке, сначала раскрываются субъективные навыки, опыт каждого, а затем они согласовываются с содержанием образования. Если в традиционной философии образования социально-педагогические модели развития личности описывались в виде, казалось бы, извне задаваемых моделей и стандартов познавательной деятельности, то личностно-ориентированное обучение предполагает признание уникальности субъективного опыта учащегося как важного источ-

ника индивидуальной жизненной активности, проявляющейся, в частности, в познании. Таким образом, признается, что в образовании происходит не просто интериоризация ребенком заданных педагогических воздействий, но «встреча» задаваемого и субъективного опыта, своего рода «окультуривание» последнего, его обогащение, приращение, трансформация, составляющая «вектор» индивидуального развития [7].

Признание учащегося главной фигурой всего образовательного процесса – это и есть личностно-ориентированная педагогика по технологии И.С. Якиманской.

При проектировании образовательного процесса с использованием этого метода исходят из признания двух равноправных источников: обучения и учения. Последнее является не только производным от первого, но и независимым, личностно- значимым и, следовательно, очень эффективным источником развития личности.

Учение – это не беспристрастное познание. Это субъектно значимое осознание мира, которое для учащегося наполнено личными значениями и смыслами, ценностями и установками, заложенными в его субъективном опыте. Содержание этого опыта должно быть раскрыто, максимально расширено, обогащено научным содержанием и, при необходимости, преобразовано в учебном процессе.

Теперь перейдем к анализу того, какой должна быть технология личностно-ориентированного обучения, то есть к принципам построения самого образовательного процесса.

Термин «образовательный процесс» относится к целостной системе дидактических воздействий, включающей цели, задачи, средства и методы, реализуемые в классно-урочной форме на основе коллективно распределенной деятельности.

Основными фигурами образовательного процесса являются учитель и ученик.

Технологизация личностно-ориентированного образовательного процесса предполагает особое построение учебного текста, дидактического материала, методических рекомендаций по его использованию, видов образовательного диалога, форм контроля за личностным развитием учащегося в процессе получения знаний. Только при наличии дидактической позиции, реализующей принцип субъектности образования, можно говорить о построении личностно-ориентированного процесса. Давайте кратко сформулируем основные требования к разработке дидактического обеспечения личностно-ориентированного образовательного процесса [7]:

1. Учебный материал должен обеспечивать определение содержания субъективного опыта учащегося, включая опыт его предыдущего обучения.

2. Изложение знаний в учебнике (преподавателем) должно быть направлено не только на расширение их объема, структурирование, интеграцию, обобщение тематического содержания, но и на постоянную трансформацию имеющегося субъективного опыта каждого учащегося.

3. В процессе обучения субъективный опыт учащихся должен постоянно согласовываться с научным содержанием предоставляемых знаний.

4. Активное стимулирование ученика к самоценной учебной деятельности, содержание и формы которой призваны предоставить ученику возможность самообразования, саморазвития и самовыражения в процессе получения знаний.

5. Проектирование и организация учебного материала, дающая учащемуся возможность выбирать его содержание, характер и форму при выполнении заданий и при решении задач.

6. Определение и оценка способов учебной работы, которую учащийся использует независимо, устойчиво и продуктивно. Возможность выбора метода должна быть в самой задаче. Необходимо побуждать учащихся с помощью учебника (учителя) к выбору и использованию наиболее подходящих для них методов обучения.

7. Образовательный процесс должен обеспечивать построение, реализацию, рефлекссию и оценку преподавания как субъектной деятельности. Для этого необходимо выбрать, описать, использовать учебные единицы, организовать обучение преподавателем во время занятия на уроке, в индивидуальной работе (различные формы коррекции, репетиторства).

Хотелось бы подчеркнуть, что основными методами личностно-ориентированного воспитания являются: изучение, понимание, диалог, сотрудничество, педагогическая поддержка. Изучение ребенка предполагает установление с ним контакта, наблюдение за его физическим и психическим состоянием и на этой основе определение рациональных способов организации образовательного процесса. Общение основано на взаимном доверии и, в идеале, на взаимной любви. Педагог должен стремиться изучать ребенка в его внутренней целостности: его воз-

растные особенности, социальное окружение. Он фиксирует динамику развития каждого ребенка, наблюдает за творческими способностями детей, их проявлением в самых разных видах деятельности. Понимание включает в себя деликатное, ненавязчивое проникновение в его (ученика) внутренний мир и выявление проблем, с которыми он сталкивается в своей жизни. Диалог – это основной метод обучения. Он интерпретируется как встреча "я и ты" и основано на взаимопонимании между учеником и учителем. Учитель при этом занимает позицию собеседника и участника. Мнение преподавателя имеет личностное значение, его оценки могут обсуждаться и подвергаться сомнению, так что в конце концов истина побеждает, и задача учителя не в том, чтобы завоевать эту победу, а в том, чтобы истина родилась в самом человеке. Помощь учителя ребенку направлена на определение целей его развития и достижение этих целей. Учитель помогает ученику осознать себя, помогает ему осознать свою уникальность и неповторимость [9]. Образовательное сотрудничество основано на отношениях между детьми и взрослыми, когда два человека выполняют совместную работу. Совместный труд делает учителя и ученика равными, равенство способствует их развитию, потому что основой образования является не управление, а общение.

Выводы

Изучив технологию личностно-ориентированного обучения по И.С. Якиманской, можно сделать вывод, что эта методика позволяет учащимся развивать не только способность к получению знаний, но и важные навыки, такие как развитие рефлексии, овладение эмоциональными возможностями, креативность, способность ставить цели и структурировать время, действовать в ситуациях неопределенности, находить решения в спорных ситуациях, строить отношения с самим собой и другими людьми.

1. Петрова Г.Н., Шемилина Е.М. Самоменеджмент педагога: теория и практика: учебно-методич. пособие. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2014. – 184 с.
2. Народное образование // Народное образование. – 2018. – №8. – С. 81–90.
3. Якиманская И.С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе. – Москва, 2004. – 224 с.
4. Сухомлинский В.А. Потребности человека в человеке. – 2-е изд. – Москва: Сов. Россия, 1981. – 96 с. (Человек среди людей).
5. Карпов А.В., Скитяева И.М. Психология рефлексии. – Москва: ИП РАН, 2002. – 284 с.
6. Роджерс К., Фрейберг Д. Свобода учиться. – Москва: Смысл, 2002. – 527 с.
7. Якиманская, И. С. Технология личностно-ориентированного образования. – Москва: Сентябрь, 2000. – С. 102–110.
8. Невзоров, М.Н. Человекоразмерное образование: от антропологии к творчеству... (философские, психологические тексты: позиции педагога). Ч. 2. От виктимизированного образования к витатенному: учеб. пособие для студентов магистратуры, аспирантов педагогов. – Владивосток. ООО «Издательский дом «ВладивостокЪ», 2013. – 223 с.
9. Абросимова Е.Е., Малахова В.Р. Видеооблогосфера: социально-психологический аспект // территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – 2021. – № 3. – С. 207–216.

УДК 159.9

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ДИСТАНЦИЕЙ В ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЯХ И УРОВНЕМ ДОВЕРИЯ ЧЕЛОВЕКА К ОКРУЖАЮЩИМ

В.А. Почапский, А.А. Елшина
бакалавры

*Тихоокеанский государственный медицинский университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена исследованию взаимосвязи между детско-родительскими отношениями и последующим формированием доверия в межличностных отношениях людей. Мы постарались исследовать, есть ли взаимосвязь и с чем это может быть связано. Это поможет нам в даль-

нейшем понять обусловлена ли социализированность и гармоничность межличностного взаимодействия человека с детско-родительскими отношениями.

Ключевые слова: детско-родительские отношения, социально-психологическая дистанция, доверие в межличностных отношениях.

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL DISTANCE IN CHILD-PARENT RELATIONSHIPS AND THE LEVEL OF A PERSON'S TRUST IN OTHERS

The article is devoted to the study of the relationship between child-parent relations and the subsequent formation of trust in people's interpersonal relationships. We tried to find out if there is such a relationship and what it can be related to. This will help us further understand whether the socialization and harmony of interpersonal interaction of a person are caused by child-parent relations.

Keywords: child-parent relations, socio-psychological distance, trust in interpersonal relationships.

Актуальность: Семья является важнейшей системой в жизни каждого человека. Первые знания об общении в социальной среде ребёнок получает от родителей. Семейные факторы оказывают непосредственное влияние на развитие и становление личности ребенка. Таким образом формируется понимание межличностных взаимоотношений, которые в будущем могут быть примером «правильных» взаимоотношений для ребёнка. Мы решили заняться изучением влияния одного из семейных факторов – фактора социально-психологической дистанции, – на доверие человека к миру. Данное исследование актуально, так как для человека важно успешно социализироваться и построить гармоничные взаимоотношения в обществе.

Цель исследования: выявить взаимосвязь между социально-психологической дистанцией в детско-родительских отношениях и уровнем доверия человека к окружающим.

Гипотеза: дистанция в детско-родительских отношениях влияет на формирование определённого уровня доверия человека к окружающим. Если ребёнок имеет близкую детско-родительскую дистанцию, то он будет проявлять большее доверие к окружающим, чем ребёнок, имеющий более дистанцированное детско-родительское отношение.

Для более точного анализа проблемы, мы изучили теоретический материал по данной теме.

Для объяснения термина «детско-родительские отношения» мы будем опираться на определение А.Я. Варга. Под детско-родительскими отношениями будем понимать систему разнообразных чувств родителей к ребенку и ребенка к родителям, поведенческих стереотипов, практикуемых в общении в системе «родитель-ребенок», особенностей восприятия и понимания характера и личности ребенка [6, с. 21]. Также в данную систему будет входить межличностная дистанция между родителем и ребёнком. Так как понятие дистанции появилось в психологии относительно недавно существует множество определений данному явлению. Эти определения классифицируются в три подхода к пониманию явления [5, с. 156]. В своём исследовании мы опирались на первый подход, который характерен для изучения межличностных отношений. Дистанция между людьми определяется в основном их симпатиями и взаимопониманием.

С точки зрения С. В. Духновского, социально-психологическая дистанция – это характеристика межличностных отношений, проявляющаяся в переживании и понимании близости (отдаленности) объекта, которая регулируется внешними (социальными и средовыми) факторами, личностными особенностями и активностью взаимодействующих субъектов [1, с. 95]. Изменение социально-психологической дистанции отражается на характере межличностных отношений. Так, чрезмерное её сокращение или увеличение может приводить к неудовлетворенности, к дисгармонии межличностных отношений.

Социально-психологическая дистанция включает в себя когнитивную, эмотивную, коммуникативную, поведенческую и деятельностную составляющие:

- когнитивная составляющая – это степень взаимопонимания между субъектами отношений (Cog-d);
- эмотивная составляющая – соотношение силы сближающих и удаляющих чувств в отношениях субъектов образовательного процесса (Emo-d);
- коммуникативная составляющая – степень доверия, готовность передавать, получать и хранить информацию, сведения, представляющие

личностную значимость (Com-d);

● поведенческая и деятельностная составляющая – готовность совместно осуществлять какое-либо поведение и деятельность (Act-d).

При анализе феномена доверия, выделяют две стороны: доверие к себе и доверие к миру; они являются факторами, условиями, регулирующими социально-психологическую дистанцию в межличностных отношениях [1, с. 126].

Доверие в общении и взаимодействии людей может реализовываться в зависимости от прошлого опыта общения каждого из взаимодействующих субъектов, а также от ситуации или цели взаимодействия. Т.П. Скрипкина (2000) отмечает:

1. Доверие можно репрезентировать путем совершения определенных поведенческих актов.

2. Считается, что человек может верить или не верить в истинность получаемой информации от какого-то лица, и в этом случае существуют определенные связи между содержанием получаемой информации и отношением к ее источнику.

3. Доверие может реализовываться путем вовлечения другого лица в собственный внутренний мир, выступая, как передача или обсуждение интимной, значимой, конфиденциальной информации с другим лицом.

Описанные три позиции говорят о зависимости характера отношений, и, соответственно, межличностной дистанции от уровня доверия между субъектами. На этом основании делаем вывод о том, что доверительные отношения предполагают близость между субъектами, тогда как недоверие приводит к увеличению дистанции в отношениях между людьми.

Практическая часть нашего исследования проводилась в три этапа. На первом этапе мы подбিরали методики в соответствии с поставленной задачей, опорой стал изученный материал. На втором этапе методики были представлены экспериментальной группе в составе 30 человек от 18 до 25 лет. Подсчет, обработка и интерпретация полученных данных проводилась на третьем этапе.

Для рассмотрения дистанции в отношениях родителей и детей мы использовали методику «Определение социально-психологической дистанции в межличностных отношениях». Данная методика направлена на определение меры близости (отдаленности) между взаимодействующими субъектами, обусловленной их взаимопониманием, доверием, положительным чувственным тоном и возможностью совместного времяпровождения. Второй методикой, которую мы использовали была «Шкала доверия» Розенберга. Методика оценивает степень веры в способность большинства людей к сотрудничеству, взаимопомощи, принятию ответственности.

Для удобства мы разделили шаблон Методики «Определение социально-психологической дистанции в межличностных отношениях» на две части. Одна часть рассматривает характеристики дистанции с матерью, вторая с отцом.

Общий результат полученных в ходе проведения методики «Определение социально-психологической дистанции в межличностных отношениях» данных показал, что у большинства респондентов низкий уровень близости со своими родителями. Это может означать негативные чувства по отношению родителя и ребёнка друг к другу, отсутствие доверия и взаимопонимания, нежелание проводить много времени вместе. По «Шкале доверия» большинство респондентов демонстрируют низкий показатель доверия к другому человеку и миру.

Таблица 1

Распределение оценок дистанции по методике «Определение социально-психологической дистанции в межличностных отношениях» в группе респондентов

Оценка	Cog-d (o)	Com-d (o)	Emo-d (o)	Act-d (o)	Cog-d (м)	Com-d (м)	Emo-d (м)	Act-d (м)
Высокие оценки 60+	2	0	1	0	6	9	3	4
Повышенные оценки 55+	4	1	5	0	5	10	8	4
Низкие оценки 40 -	19	23	15	18	17	17	15	14
Пониженные оценки 45-	24	26	25	20	21	18	17	16

Пояснение: Cog-d – когнитивная дистанция; Com-d – коммуникативная дистанция; Emo-d – эмоциональная дистанция; Act-d – поведенческая и деятельностная дистанция; (o) – показатель отношения с отцом; (м) – показатель отношения с матерью.

**Анализ числа людей, имеющих разные оценки показателя доверия в методике
«Шкала доверия М. Розенберга»**

Оценка	Кол-во людей
Высокий показатель доверия	2
Средний показатель доверия	6
Низкий показатель доверия	23

Тем не менее, в ходе корреляционного анализа взаимосвязи и закономерности проявления шкал дистанции и доверия обнаружено не было, гипотеза не подтвердилась. Вероятно, рассмотренная нами причинно-следственная связь развития доверия из показателя социально-психологической дистанции допускает вариативность, тогда как мы рассматривали только один исход. Из-за индивидуальных особенностей человек может по-разному отреагировать на близость или отдалённость в отношениях с родителями, что в будущем будет по-своему отражаться в формировании им межличностных отношений. Кроме того, на возникновение доверия или недоверия человека к миру могут влиять многие другие факторы (круг общения в детстве, навязывание определённых ценностей, наличие травмирующих воспоминаний и т.д.). Таким образом, в будущей работе в этой области нам стоит обратить внимание на сложность и многофакторность рассматриваемых явлений.

Таблица 3

**Результат корреляции факторов социально-психологической
дистанции с уровнем доверия**

Коррелирующие факторы	Коэффициент корреляции	2-сторонняя значимость
Когнитивная дистанция с матерью/ Доверие	-,294	,115
Коммуникативная дистанция с матерью/ Доверие	-,279	,135
Эмотивная дистанция с матерью/ Доверие	-,171	,367
Поведенческая/деятельностная дистанция с матерью/ Доверие	-,266	,155
Когнитивная дистанция с отцом/ Доверие	,113	,551
Коммуникативная дистанция с отцом/ Доверие	,067	,725
Эмотивная дистанция с отцом/ Доверие	,243	,196
Поведенческая/деятельностная дистанция с отцом/ Доверие	,106	,579

Но интересно заметить, что корреляция возникла между составляющими факторами социально-психологической дистанции. Вероятно, одна сторона межличностных отношений влияет на другую. Например, если в отношениях между ребёнком и родителем присутствует взаимопонимание, то их отношения будут более гармоничными в совместной деятельности. Или, если в отношении к своему родителю ребёнок испытывает сближающие чувства, то он будет более открыт в диалоге с родителем. Такая связь факторов составляет единую структуру явления социально-психологической дистанции.

Вывод: таким образом, проведённое исследование не привело к ожидаемому результату, что стимулирует нас продолжать изучение в данном направлении. Сложность изучаемых явлений позволяет рассмотреть проблему взаимосвязи доверия и социально-психологической дистанции с разных точек зрения, открывая возможности для исследования. В будущем изучении явлений стоит учитывать эту сложность.

1. Духновский С. В. Диагностика межличностных отношений: психологический практикум. – Санкт-Петербург: Речь, 2009. – С. 95-99, С. 126.

2. Духновский С. В. Диагностика межличностных отношений в работе практического психолога образования: учебное пособие. – Курган: КГУ, 2016. С. 136-142.

3. Духновский С.В. Разработка методики «Определение социально-психологической дистанции в межличностных отношениях» // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология. 2012 № 19(278). С. 41-46.

4. Дмитриев М.Г., Белов В.Г., Парфенов Ю.А. Психолого-педагогическая диагностика делинквентного поведения у трудных подростков. – Санкт-Петербург: ЗАО «ПОНИ», 2010. С. 48.

5. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. – Москва: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – С. 28-40, С. 156-170.

6. Варга А.Я. Введение в системную семейную психотерапию. – 2-е изд., стереотип. – Москва: Когито-Центр, 2012. С. 20-55.

УДК 378.1

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА-ПСИХОЛОГА

Е.С. Стасюк
бакалавр

*Педагогический институт филиала ВВГУ
Уссурийск. Россия*

В данной статье раскрывается сущность проблемы профессионального самоопределения студентов и возможность его психолого-педагогического обеспечения за время обучения в вузе, представлены типы личностного самоопределения и условия творческой самореализации.

Ключевые слова: педагог-психолог, профессиональное самоопределение, творческое самоопределение, личностное самоопределение, личность.

PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION OF THE FUTURE SCHOOL PSYCHOLOGIST

This article reveals the essence of the problem of professional self-determination of students and the possibility of its psychological and pedagogical support during their studies at the university, presents the types of personal self-determination and the conditions for creative self-realization.

Keywords: school psychologist, professional self-determination, creative self-determination, personal self-determination, personality.

На пороге нового тысячелетия российское общество испытывает потребность в активном участии психологов во всех сферах жизнедеятельности человека. Особое внимание заслуживает деятельность практических психологов в системе образования. В настоящее время профессия педагога-психолога становится массовой, поэтому проблема того, кто и с какой целью выбирает данную профессию, является актуальной.

Педагог-психолог – это практический психолог, который работает в системе образования. Обычно он занимается психологическим консультированием, психодиагностикой, психологическим просвещением, развивающей психокоррекционной деятельностью и пр. [3]. Работать практическому психологу придется не только с детьми, но и родителями учеников, преподавательским составом и администрацией учебного учреждения. Специалист данной профессии должен быть уравновешенным, коммуникабельным, наблюдательным, решительным, гуманным. Педагог-психолог обязан усвоить знания о современной образовательной системе, об основных нормативных документах, алгоритмах педагогических технологий и методик и в совершенстве владеть знанием возрастной психологии. Умение планировать, прогнозировать, моделировать, проектировать собственную деятельность с учетом задач системы образования – все это также входит в обязанности специалиста.

Поступающий в вуз абитуриент еще не обладает достаточным представлением о будущей профессии. На первом курсе обучения, после того как студент получает реальные знания о своей профессии, он начинает сопоставлять ее с собственными желаниями и возможностями. На втором и третьем курсах возникает вопрос о правильности профессионального самоопре-

деления. И нередко возникают случаи, когда студенты по неким причинам принимают решение не работать по специальности. Это свидетельствует о несформировавшемся профессиональном самоопределении в профессии педагогпсихолог [5 с. 177].

В последнее время человечество все чаще сталкивается с проблемой оказания качественных психологических услуг. Виталий Булыга считает, что это связано с низким уровнем компетентности специалистов. Они работают правильно, но поверхностно [2].

По нашему мнению, причиной данной проблемы может являться несформированная личность педагога-психолога в профессиональном и личностном плане. Отсутствие целостного представления о содержании деятельности школьного психолога отрицательно влияет на проблему его профессионального образования. В условиях неточного построения профессиональной деятельности педагога-психолога в образовании проектирование профессионального становления и самоопределения еще в процессе его обучения становится определяющим фактором его эффективной профессионализации [7, с. 33]. М.Р. Гинзбург приводит следующие типы личностного самоопределения:

1. Гармоничное (благополучное настоящее при позитивном будущем; психологическая коррекция не требуется);

2. Стагнирующее (благополучное настоящее при негативном будущем; страх перед будущим)

3. Беспечное (благополучное настоящее видение будущего без целенаправленного планирования; ожидание благополучия и того, что все произойдет “само собой”);

4. Бесперспективное (благополучное настоящее, планирование будущего при отсутствии его ценности как “вынужденное”);

5. Негативное (неблагополучное настоящее, негативное будущее; ощущение безнадежности);

6. Защитное (неблагополучное настоящее, позитивное планирование будущего; “бегство в будущее”);

7. Фантазийное (неблагополучное настоящее, позитивное планирование при отсутствии его планирования; “бегство в грезы о будущем”);

8. (успешная самореализация при отсутствии ценностей и экзистенциальной ориентации; «адаптивность», проекция в будущее заимствованных ценностей);

9. Гедонистическое (успешная самореализация при отсутствии ценностей, экзистенциальной ориентации, позитивных образов будущего и планирования; погоня за сиюминутными удовольствиями);

10. Зависимое (успешная самореализация, позитивное будущее при отсутствии ценностей, экзистенциальной ориентации и планирования; погоня за удовольствиями, проекция в будущее заимствованных ценностей);

11. Бездуховное (успешная самореализация и планирование при отсутствии ценностей, экзистенциальной ориентации и негативном будущем; практичность, «эмоциональная уплощенность»);

12. Пассивное (нереализованные ценности в настоящем, позитивное планируемое будущее; unreализованность в настоящем);

13. Невротичное (нереализованные ценности в настоящем, негативное планируемое будущее; переживание не востребованное, отсутствие перспективы);

14. Бездейственное (нереализованные ценности в настоящем, позитивное непланируемое будущее; уход от unreализованное в сферу эмоциональных переживаний);

15. Отсроченное (нереализованные ценности в настоящем, негативное планируемое будущее; отсрочка реализации unreализованных ценностей) [1].

Профессиональное самоопределение – длительный, динамичный многоплановый процесс самореализации личности в профессии, который детерминируется социальноэкономическими, социально-психологическими, собственно-психологическими, субъективно-личностными и индивидуально-личностными факторами [8, с. 7–8].

Для того чтобы достичь профессиональной самореализации любая личность должна пройти творческую самореализацию. Творческая самореализация педагога-психолога является крайне значимой, так как в современных социально-экономических условиях возможность творческой самореализации становится важнейшим мотивом профессиональной деятельности.

О.В. Кирилова и И.А. Чемерилова выделяют некоторые условия, которые могут способствовать творческой самореализации студентов в процессе обучения:

1) развитие потребности и способности к саморазвитию, самопознанию, интерес к своему «Я», своим возможностям, результатам своей деятельности; выбор позиции, отношений в интересах своего развития; реализация своего творческого потенциала;

2) совершенствование образовательного процесса на основе рационального сочетания традиционных и инновационных форм и способов обучения, использование современных педагогических технологий, направленных на воспитание активной, творческой, самостоятельной, самоактуализирующейся личности;

3) лично ориентированная направленность обучения, предполагающая организацию диалогового взаимодействия студентов и преподавателей, что создает условия для развития способностей к самоорганизации, самоопределению, самопроектированию;

4) создание творческой атмосферы на занятиях, признание за студентом права на свободное самовыражение, исходя из собственных способностей и возможностей [6, с. 58].

Также огромное влияние на творческое саморазвитие студентов оказывает профессиональное творчество и педагогическое мастерство преподавателя в вузе.

Существует несколько факторов, которые могут повлиять на этот процесс:

1) показ социальной значимости выбранной профессии;

2) раскрытие основных видов профессиональной деятельности бакалавра по направлению подготовки «Психолого-педагогическое образование» и профессиональных задач в соответствии с этими видами деятельности;

3) реализация продуманной и методически обеспеченной системы формирования у студентов ключевых и профессиональных компетенций;

4) обогащаемость психолого-педагогических знаний современными теоретическими представлениями, подкрепленность их инновационными подходами;

5) использование активных и интерактивных методов обучения;

6) включение студентов в опытно- экспериментальную работу, в разработку исследовательских программ, проектов;

7) индивидуальная работа преподавателя со студентами, стимулирование у обучающихся процессов самопознания, саморазвития, самосовершенствования [5 с. 58].

Для педагогических вузов была разработана специальная модель организации образовательного процесса. Данная модель определяет организацию профессионально-личностных вызовов, которые направлены на проявление (субъектной) деятельностной позиции обучающихся:

1) неформальный «запуск» – начальный интенсив курса «Введение в профессию» с использованием игровых методов и приемов способствует знакомству и внутренней работе с представлениями о себе через понимание сущности будущей профессии;

2) ранняя распределенная (непрерывная) практика в университете, которая продолжается в течение всего периода обучения и тесно связана с освоением теоретических дисциплин, создает условия для профессионально-образовательных встреч и вызовов;

3) проектно-модульная организация обучения на старших курсах дает возможность ответственной профессиональной пробы полного цикла работы, что возможно организовать в условиях только практики;

4) систематическая фиксация результатов и рефлексивная работа способствует развитию профессиональной мотивации, не связанной с материальными ресурсами или демонстративными (внешними социальными мотивами) [4, с. 7].

Из всего вышеперечисленного мы выяснили, что основные задачи психолого-педагогического обеспечения профессионального самоопределения на этапе обучения направлены на:

1) развитие интереса к профессии и самим себе как субъектам профессионального взаимодействия;

2) обеспечение субъектной позиции в освоении опыта психолого-педагогической деятельности;

3) расширение диапазона социально-профессиональных ролей;

4) формирование и развитие готовности к диалогу и сотрудничеству в процессе социально-профессионального взаимодействия с различными партнерами.

Логика этих задач определена своеобразием профессионального самоопределения будущих педагогов психологов и подразумевает:

1) постепенное расширение представлений о профессии, профессиональной деятельности педагога-психолога, необходимых для ее осуществления личностных качеств и особенностей;

2) постепенное усложнения содержания и форм самостоятельной работы, учебно-профессиональной и учебно-исследовательской деятельности, учебной и производственной практик, внеаудиторной деятельности студентов, в которых происходит самооценка собственных качеств и способностей и формируется опыт доступной психолого-педагогической деятельности;

3) постепенное расширение диапазона социально-профессиональных ролей в процессе овладения опытом социально-профессионального взаимодействия с различными партнерами [2, с. 164].

Итак, исходя из изученного нами материала становится очевидным, что в современной теории профессионального образования «профессиональная подготовка» является социально-педагогическим процессом трудового развития личности, который помогает адаптироваться в мире профессий, позволяет диагностировать уровень готовности педагога-психолога к профессиональной деятельности и уровень его компетентности. Различные подходы к проблеме профессионального самоопределения будущего педагога-психолога свидетельствуют о том, что огромное влияние на решение данной проблемы оказывает вуз. Для этого от вуза требуются благоприятные условия для формирования у будущих специалистов личностного, творческого профессионального развития.

1. Бадрудинова К.З., Увайсович Я.Н. Проектирование безопасной и комфортной среды в общеобразовательной организации как функция и направление профессиональной деятельности будущих педагогов-психологов // Мир науки. Педагогика и психология. – 2021. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektirovanie-bezopasnoy-i-komfortnoy-sredyhttps://cyberleninka.ru/article/n/proektirovanie-bezopasnoy-i-komfortnoy-sredy-v-obscheobrazovatelnoy-organizatsii-kak-funktsiya-i-napravlenie-professionalnoy-obscheobrazovatelnoy-organizatsii-kak-funktsiya-i-napravlenie-professionalnoy> (дата обращения: 20.01.2023).

2. Беганцова С., Завражнов В.В., Щелина Т.Т. Психолого-педагогическое обеспечение профессионального самоопределения современных студентов: проблемы, подходы, технологии // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – №7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologo-pedagogicheskoe-obespechenie-professionalnogo-samoopredeleniya-sovremennyh-studentov-problemy-podhody-tehnologiiobespechenie-professionalnogo-samoopredeleniya-sovremennyh-studentov-problemyhttps://cyberleninka.ru/article/n/psihologo-pedagogicheskoe-obespechenie-professionalnogo-samoopredeleniya-sovremennyh-studentov-problemy-podhody-tehnologiiobespechenie-professionalnogo-samoopredeleniya-sovremennyh-studentov-problemy> (дата обращения: 16.03.2023).

3. Булыга В. Профессия педагог-психолог. – URL: https://www.b17.ru/article/pedagog_psiholog/ (дата обращения: 14.03.2023)

4. Волкова М.А. Активизация ценностно-смыслового самоопределения будущих социальных педагогов // Социальная педагогика. – 2020. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivizatsiya-tsennostno-smyslovogo-samoopredeleniya-buduschih-sotsialnyh-pedagogovmyslovogo-samoopredeleniya-buduschih-sotsialnyh-pedagogov> (дата обращения: 14.03.2023).

5. Завражнов В.В., Щелина Т.Т. Профессиональное самоопределение будущих педагогов-психологов: психолого-педагогический аспект // МНКО. – 2010. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnoe-samoopredelenie-buduschih-pedagogovpsihologov-psihologo-pedagogicheskiiy-aspektpsihologov-psihologo-pedagogicheskiiy-aspekt> (дата обращения: 16.03.2023).

6. Кириллова О.В., Чемерилов И.А. Исследование условий творческой самореализации будущих педагогов-психологов в образовательном процессе // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2017. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-usloviy-tvorcheskoy-samorealizatsiihttps://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-usloviy-tvorcheskoy-samorealizatsii-buduschih-pedagogov-psihologov-v-obrazovatelnom-protseessebuduschih-pedagogov-psihologov-v-obrazovatelnom-protseesse> (дата обращения: 16.03.2023).

7. Пахомов В.П., Постоева В.А., Шелехов И.Л. Пректный подход к образованию педагога-психолога как перспектива построения его профессиональной деятельности // Вестник ТГПУ. – 2007. – №10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prektnyy-podhod-k-obrazovaniyu>

pedagoga <https://cyberleninka.ru/article/n/prektnyy-podhod-k-obrazovaniyu-pedagoga-psihologa-kak-perspektiva-postroeniya-ego-professionalnoy-deyatelnostipsihologa-kak-perspektiva-postroeniya-ego-professionalnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 16.03.2023).

8. Щелина Т.Т. Проблема профессионального самоопределения и личностной готовности будущих психологов и социальных педагогов к обучению в вузе // Вестник ВятГУ. – 2009. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-professionalnogo-samoopredeleniya-ihttps://cyberleninka.ru/article/n/problema-professionalnogo-samoopredeleniya-i-lichnostnoy-gotovnosti-buduschih-psihologov-i-sotsialnyh-pedagogov-k-obucheniyu-v-vuzelichnostnoy-gotovnosti-buduschih-psihologov-i-sotsialnyh-pedagogov-k-obucheniyu-vhttps://cyberleninka.ru/article/n/problema-professionalnogo-samoopredeleniya-i-lichnostnoy-gotovnosti-buduschih-psihologov-i-sotsialnyh-pedagogov-k-obucheniyu-v-vuzevuze> (дата обращения: 15.03.2023).

УДК 159.9

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR-ТЕХНОЛОГИЙ В ПСИХОТЕРАПИИ И ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ КОНСУЛЬТИРОВАНИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

З.Д. Фоминов
студент

*Тихоокеанский государственный медицинский университет
Владивосток, Россия*

В настоящее время VR-индустрия развивается быстрыми темпами, стремительно охватывая новые сферы. В данной статье описаны причины эффективности и недостатки технологий виртуальной реальности как психодиагностического инструмента и средства психологической интервенции. Также рассматриваются специфика использования и перспективы дальнейшего применения данных технологий в отечественной и зарубежной психологии.

Ключевые слова: VR-технологии, виртуальная реальность, психотерапия, психологическое консультирование, отечественные исследования, зарубежные исследования.

THE USE OF VR TECHNOLOGIES IN PSYCHOTHERAPY AND PSYCHOLOGICAL COUNSELING IN RUSSIA AND ABROAD: COMPARATIVE ANALYSIS

Currently, the VR industry is developing at a rapid pace, rapidly covering new areas. This article describes the reasons for the effectiveness and disadvantages of virtual reality technology as a psychodiagnostic tool and means of psychological intervention. Also specifics of use and prospects for further use of these technologies in domestic and foreign psychology are considered.

Keywords: VR-technology, virtual reality, psychotherapy, psychological counseling, Russian research, foreign research.

Виртуальная реальность (VR, virtual reality, искусственная действительность) – информационная технология, осуществляющая имитацию окружающей действительности (зрительных образов, звука, объема сконструированных объектов) с помощью специальных компьютерных средств (компьютера, аудиовизуального шлема, перчаток, силового жилета, сапог и др.) [14]. Данные технологии позволяют человеку почувствовать себя внутри искусственной обстановки, смоделированной с определённой целью. Подобное погружение в виртуальную среду достигается путём воздействия на разные сенсорные каналы, в первую очередь, на большую часть зрительного поля – доминирующего канала восприятия внешней информации у человека.

VR-технологии появились во второй половине XX века, использовались преимущественно в качестве специальных тренажёров, например, тренажёров для обучения пилотов самолёта. В 1957 году на базе Анненбергской школы Университета штата Пенсильвания Мортон

Хейлиг создал первый в мире виртуальный симулятор «Сенсорам», который внешне напоминал игровой автомат с ограждающим куполом и представлял собой своеобразный 4D-кинотеатр для одного пользователя. Данный аппарат впервые позволил отделить человека от реальной среды, полностью погружая его в искусственно созданную. Позже пользователь VR-технологий получил возможность не только наблюдать за виртуальной средой, но и воздействовать на неё (появление первого шлема виртуальной реальности – «Дамоклов меч» в 1967 году, игровой консоли Genesis компании SEGA в 1993). Однако в ходе использования данного оборудования человек чувствовал физический дискомфорт, возникали побочные эффекты в виде тошноты и головокружения (подобный эффект получил название «болезнь виртуальной реальности» или «киберболезнь»).

За последнее десятилетие технологии виртуальной реальности претерпели серьёзные изменения, в результате которых были устранены недостатки их предшественников. Так VR-аппаратура стала более доступной для потребителей, её правильное использование не вызывает дискомфорта, а размер гарнитур является компактным. В связи с этим стало возможным применение VR-технологий в различных сферах человеческой жизни. Согласно прогнозам аналитиков на 2025 год, область здравоохранения займёт вторую позицию по частоте применения технологий виртуальной реальности [6, с. 93].

Актуальность данного исследования обусловлена, во-первых, увеличением распространённости и доступности технологий виртуальной реальности, во-вторых, уже имеющимся опытом использования этих технологий в области психологических наук. Высокую эффективность они показали в психотерапии, исследованиях особенностей мозга и психических процессов, социальной реабилитации людей с ограниченными возможностями, нейрореабилитации, психодиагностике, психокоррекции, имеются данные о применении технологий виртуальной реальности для осуществления гипнотического внушения и для достижения релаксации.

Новизна данной работы заключается в сравнительном анализе зарубежных и отечественных исследований в области применения VR-технологий в психологии.

Целью данного теоретического анализа является оценка перспектив использования технологий виртуальной реальности в психотерапии и психологическом консультировании в России и за рубежом.

Задачи данного исследования: 1) описание имеющихся достижений в области применения VR-технологий как в психотерапии и психологическом консультировании, так и в российской и зарубежной психологии в целом; 2) проведение сравнительного анализа особенностей применения технологий виртуальной реальности в отечественной и зарубежной психологии; 3) оценка дальнейших перспектив VR-технологий как психодиагностического инструмента и средства психологической интервенции.

В ходе исследования были проанализированы достижения сотрудников отечественных и зарубежных университетов в создании программного обеспечения для осуществления психологической интервенции или психологической диагностики с помощью VR-аппаратуры, а также уже имеющиеся теоретические обзоры, в которых рассматривается опыт применения VR-технологий в отечественной и зарубежной психологии.

В зарубежной психологии тема VR интересует таких исследователей как A. Gaggioli, F. Aardema, N. Foreman, N. Tarrrier, S. Schnall, C. Hedge, R. Weaver, R.M. Taylor, H.T. Hunt, J.W. Kelly, A.C. Beall и других. Среди отечественных ученых лидируют представители МГУ, где находится одна из самых передовых лабораторий по использованию VR в России на данный момент. Ю.П. Зинченко, А.М. Черноризов, Б.М. Величковский, Н.А. Носов, А.Е. Войскунский, Г.Я. Меньшикова, И.М. Захаров, А.И. Ковалёв, Р.С. Шилко – являются лидерами отечественной психологии, использующей VR технологии [4, с. 46].

Использование технологий виртуальной реальности в психологии имеет ряд достоинств: они позволяют создать подобную реальному миру картину, обеспечивают возможность полного контроля экспериментальной ситуации, простоту и точность регистрации исследуемых параметров, возможность использования мультимодальной стимуляции для одномоментного задействования разных психических процессов. Также преимуществом применения VR-х систем является возможность контроля экологической валидности симуляции (степени соответствия виртуальной симуляции реальному событию), что позволяет моделировать ситуации без угрозы физической и психологической безопасности клиента.

Далее в статье будут представлены примеры применения технологий виртуальной реальности в психологическом консультировании и психотерапии в России и за рубежом. Также для дальнейшего сравнительного анализа стоит упомянуть достижения в использовании VR-технологий в психодиагностике и реабилитации.

За рубежом в терапевтических целях все большую популярность приобретает виртуально-реальная экспозиционная терапия (VRET – virtual reality exposure therapy), которая преимущественно работает с проблемами страхов – чаще всего с арахнофобиями и социофобиями, страхами высоты [8, с. 78]. Сама VRET является формой поведенческой терапии, которая проводится с помощью VR-аппаратуры. В ходе терапии пациент погружается в искусственно смоделированную виртуальную среду, в которой он может вступить в контакт с предметом своего страха без угрозы для физической безопасности. Психологическая безопасность обеспечивается благодаря варьированию экологической валидности происходящего.

Подобным образом осуществляется работа и с посттравматическим стрессовым расстройством. Первая программа для работы с ПТСР была создана в 2005 году доктором А. Rizzo совместно с сотрудниками института креативных технологий Южной Калифорнии. «Виртуальный Ирак» предназначался для лечения пациентов, которые в прошлом участвовали в военных действиях [18].

Другой формой терапией является виртуально-реальный гипноз (VRH – virtual reality hypnosis). VRH реализуется путем предоставления пациентам аудиозаписи гипнотического внушения, а затем постепенно погружает участника в виртуальный мир. Так, было проведено зарубежное исследование возможностей VRH в работе с пациентами, получившими сильные ожоги. В ходе него обезболивающее, которое больным вводили перед процедурами ухода, было заменено гипнотическим внушением и последующим погружением в виртуальный «Снежный мир» (SnowWorld). Таким же образом VRH может быть применена в качестве анестезии перед операционным вмешательством или как средство для работы с фантомными болями [1, с. 7]. Имеется опыт использования виртуально-реального гипноза совместно с когнитивно-поведенческой терапией с целью коррекции расстройств пищевого поведения, наркотической зависимости, депрессии и бессонницы [4, с. 79].

В социальной реабилитации за рубежом с высокой эффективностью VR-технологии используются для повышения навыков общения у пациентов с расстройствами аутистического спектра. Также в британских исследованиях упоминается о применении VR-аппаратуры в тренинговой работе (VR-SCT, Virtual Reality Social Cognition Training – виртуально-реальный социально-когнитивный тренинг). Тренинговая работа была направлена на развитие навыков эмпатии, заключалась в задаче исследуемых утешить смоделированного расстроенного ребёнка [12, с. 198].

Поскольку стоимость технологий виртуальной реальности на данный момент остаётся достаточно высокой, VR-аппаратура в психологическом консультировании в широких масштабах ещё не использовалась. Зарубежными исследователями было разработано программное обеспечение, которое в дальнейшем может быть применено в психологическом консультировании для работы с тревожностью. С помощью данной программы в ходе консультации клиент погружается в виртуальную реальность, в которой видит смоделированный аватар психолога, которому он рассказывает о своей проблеме. Далее клиент занимает место самого психолога, видит свой собственный аватар, сам даёт рекомендации для решения ранее сказанной проблемы [11].

Также технологии виртуальной реальности показали высокую эффективность в области диагностики психических расстройств. В исследованиях Университета Эксетера (Великобритания) был разработан тест "Зеркальная игра" с использованием компьютерных аватаров, позволяющий диагностировать шизофрению на ранней стадии [17]. Benbouriche и Fromberger отмечают потенциал VR-технологий в диагностике и коррекции девиантного поведения [15]. За рубежом технологии виртуальной реальности также используются для диагностики и коррекции нарушений психических процессов пациентов с болезнью Альцгеймера, инсультом, синдромом дефицита внимания и гиперактивности, черепно-мозговыми травмами [16; 19].

В России VR-индустрия на данный момент находится на стадии развития, поэтому в терапии виртуальной реальности отечественные исследователи в основном используют разработки зарубежных коллег.

Ранние упоминания применения технологий виртуальной реальности описываются в отечественных работах, посвящённых асимметрии мозга и межполушарным взаимодействиям (Черниговская, 1998), применению компьютерных тренажёров (Дорохов, 2003), мультимодальным взаимодействиям (Войскунский, Смылова, 2006) и изменённым состояниям сознания (Россохин, Спиридонов, 1998). [2, с. 23]

Исследование перспектив применения VR-технологий в отечественной психофизиологии продолжаются и в настоящее время. Уникальной разработкой является «Методика иммерсивной психотерапии с применением технологии виртуальной реальности». Данное программное обеспечение было создано сотрудниками ПМГМУ им. И.М. Сеченова на основе метода биологической искусственной обратной связи [13 свистунов]. Данная методика может быть использована в телесно-ориентированных терапии для достижения релаксации.

В социальной реабилитации в России технологии виртуальной реальности используются для создания ситуаций межличностного взаимодействия без непосредственного контакта с окружающими людьми, что облегчает реабилитацию пациентов с двигательными нарушениями, с затруднениями в построении коммуникаций, например, реабилитацию лиц с расстройствами аутистического спектра. Также задания, выполняемые пациентом в ходе виртуальной симуляции, позволяют постепенно устранять нарушения в двигательной сфере [3].

В тренинговой работе VR-технологии используются в Московском Городском Университете Управления Правительства Москвы. В ходе обучения студенты могут тренировать soft skills и hard skills в искусственно модулируемых ситуациях с помощью VR-аппаратуры [10].

Также отечественными исследователями экспериментально было подтверждено, что по сравнению с традиционными методами обучения технологии виртуальной реальности оказывают более сильное мотивирующее воздействие на обучающихся, увеличивает количество усваиваемого материала (особенно у детей, чьи способности к восприятию графических пространственных абстракций значительно лучше, чем у взрослых). Особую эффективность показывает обучение детей с нарушениями моторики, аутизмом, синдромом дефицита внимания и гиперактивности, социальными расстройствами и фобиями [5, с. 68].

Российские исследователи также достигли высоких успехов в области прикладной психодиагностики. Специалисты СамГМУ разработали способ психодиагностики человека в виртуальной реальности на склонность к девиантному поведению. Эта методика позволяет путём погружения человека в моделируемую симуляцию, в которой исследуемый подвергается разного рода стрессовым воздействиям, определить познавательные способности и личностные характеристики человека, что также позволяет судить о склонности индивида к отклоняющемуся поведению [7; 9].

Поскольку в психологическом консультировании случаи использования технологий виртуальной реальности на данный момент являются малочисленными, а в психотерапии отечественные исследователи в основном используют разработки зарубежных коллег, следует отметить, что для проведения сравнительного анализа специфик применения VR-технологий в России и за рубежом в области психологической науки, следует выявить различия не только в использовании в психотерапии и психологическом консультировании, но и во всей психологии в целом.

Результаты сравнительного анализа представлены в таблице.

Таким образом, подводя итог вышеперечисленному, можно выделить перспективы и возможные пути развития применения VR-технологий в психологии.

Отечественные исследователи выделяют недостатки применения технологий VR в психологии, связанные с несовершенством VR аппаратуры (проблема эффективности представления объектов, возможность несоответствия перцептивной и двигательной систем индивида в рамках виртуальной реальности, дороговизна систем, риск возникновения киберболезни, увеличение диссоциативного опыта или «Эффект Протея») и низкой теоретической разработанности проблематики (отсутствие категориального аппарата, не выстроенная четкая методология работы, субъективность измерений регистрируемых параметров, отсутствие стандартов разрабатываемого программного и аппаратного обеспечения, потенциал негативного воздействия при некорректном использовании) [4].

Сравнение особенностей применения технологий виртуальной реальности в психологии

Критерий сравнения	Специфика применения VR-технологий в России	Специфика применения VR-технологий за рубежом
Распространение технологий VR	VR индустрия находится на стадии развития. Отсутствует отечественный производитель VR-систем.	Высокая распространённость. Средний рост рынка компаний по разработки ПО = +31% в год
Использование VR-технологий в психотерапии	Заимствование зарубежных психотерапевтических методик и последующее их улучшение	Разработка собственных психотерапевтических методик для работы со страхами, фобиями, девиантным поведением, ПТСР
Использование VR-технологий в психологическом консультировании	Трудно выявить специфику применения, так как его случаи малочисленны	
Использование VR-технологий в психодиагностике	Диагностика познавательных процессов и свойств личности	Клиническая психодиагностика
Использование VR-технологий в социальной реабилитации	Преимущественно ориентирована на помощь лицам с физической инвалидностью	Преимущественно ориентирована на помощь лицам, страдающим социальными фобиями и расстройством аутистического спектра
Интерес исследователей	Направлен на изучение влияния виртуальной среды на психические процессы и личностные свойства	Направлен на изучение восприятия человеком виртуальной
Особенности проводимых исследований использования VR-технологий в психологии.	Исследования носят прикладной характер. В ходе исследований осуществляется попытка переноса психодиагностических процедур в VR среду	Исследуется возможность осуществления психотерапевтической процедуры в VR среде
Проблемы в применении VR-технологий в психологии	Дороговизна аппаратуры Низкая теоретическая разработанность проблематики	Дороговизна аппаратуры Подготовка специалистов, способных использовать VR-технологии в психотерапевтических целях

Поскольку крупные компании по производству комплексных систем виртуальной реальности не являются отечественными, одним из доступных и благоприятных путей дальнейшего развития Российских исследований будет создание стандартов процедур, осуществляемых в психологии с помощью VR-технологий.

Учитывая особенности применения VR-технологий в отечественной психологии, можно говорить о следующих путях развития: во-первых, отечественные исследователи могут продолжать осуществлять перенос уже существующих психодиагностических методик в VR-среду и создание новых средств психической диагностики (особый интерес представляют проективные рисуночные методики), во-вторых, возможно дальнейшее заимствование и улучшение зарубежных продуктов, и в-третьих, российские исследования могут быть направлены на создание программного обеспечения для диагностики и коррекции нарушений психических процессов.

Исследования зарубежных авторов, в свою очередь, обладают большим потенциалом в области улучшения качества и доступности VR-аппаратуры. Следует также отметить, что в настоящее время в виртуально-реальной психотерапии за основу взята когнитивно-поведенческая парадигма, что делает изучение возможности применения VR-технологий в контексте психоаналитического, экзистенциально-гуманистического направлений перспективными. Ещё одним возможным путём развития применения VR-технологий в зарубежной психологии является создание программного обеспечения для диагностики личностных и психических расстройств.

1. Веремеенко Н.А., Саукина А.В., Перепелица С.А. Интеграция виртуальной реальности в программу немедикаментозного лечения боли и ранней реабилитации // Медицинский вестник ГВКГ им. Н.Н. Бурденко. – 2022. – №1 (7). – С. 5–14.

2. Войскунский А.Е, Меньшикова Г.Я. О применении систем виртуальной реальности в психологии // Вестник Московского университета. – Серия 14. – 2008. – № 1. – С. 22–36.

3. Дьяконова Е.А. Проект "Давайте путешествовать вместе": VR-технологии для социальной реабилитации // Научные труды Вольного Экономического Общества России. – 2020. – Т. 224, № 4. – С. 453–463.
4. Жданов Е.А. О недостатках применения систем виртуальной реальности в экспериментальной психологии // Ярославский психологический вестник. – 2017. – № 2 (38). – С. 46–49.
5. Технологии виртуальной реальности: методологические аспекты, достижения и перспективы / Ю.П. Зинченко, Г.Я. Меньшикова, Ю.М. Баяковский [и др.] // Национальный психологический журнал. – 2010. – №2 (4). – С. 64-71.
6. Иванова А.В. Технологии виртуальной и дополненной реальности: возможности и препятствия применения // Стратегические решения и риск менеджмент. – 2018. – № 3 (108). – С. 88–107.
7. Ковшова О.С., Чаплыгин С.С., Брагин Д.А. Способ прикладной психодиагностики, реализованный посредством технологий виртуальной реальности // Медицинская психология в России. – 2021. – Т. 13, № 1 (66). – С. 1-10.
8. Кузьмина А. С. Виртуальная реальность как средство безопасного контакта с травмирующей реальностью в психотерапии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экология и безопасность жизнедеятельности. – 2014. – № 3. – С. 77-82.
9. Новости СамГМУ 23.12.2020. – Текст: электронный. – URL: <https://samsmu.ru/news/2020/2312/> (дата обращения: 24.04.2023)
10. Новые возможности для развития компетенций: чему можно научить своих сотрудников в VR-центре МГУУ, 2021. – Текст: электронный. – URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/252324207> (дата обращения: 05.05.2023)
11. Психология и виртуальная реальность. Видеоматериал, 2018 // www.arvizio.com. – URL: <https://youtu.be/5KjwH3Cn3EU> (дата обращения: 14.02.2023)
12. Сатышев С. П., Емельянов И. А. Потенциал применения технологий виртуальной реальности в прикладной психологии // Сборник статей XIX (XXXV) Всероссийской научно-методической конференции. – Братск: Издательство: Братский государственный университет (Братск), 2022. – С. 196-204.
13. Методика иммерсивной психотерапии с применением технологии виртуальной реальности / А.А. Свистунов, Б.А. Волель, Д.С. Петелин [и др.] // Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ, 2022.
14. Энциклопедический словарь. – Текст: электронный. – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/72545/ВИРТУАЛЬНАЯ> (дата обращения: 14.02.2023)
15. Benbouriche M., Nolet K., Trottier D., Renaud P. Virtual reality applications in forensic psychiatry. – New York: ACM Press, 2014.
16. ERICA – методика реабилитации когнитивных дисфункций. – Текст: электронный. – URL: <https://giuntipsy.ru/product/erica-metodika-reabilitaczii-kognitivnyh-disfunkczij/> (дата обращения: 25.04.2023)
17. «Mirror game» test could secure early detection of schizophrenia, study shows. – Текст: электронный // University of Exeter, 2017. – URL: https://www.exeter.ac.uk/news/featurednews/title_567782_en.html (дата обращения: 14.02.2023)
18. Virtual Iraq: initial results from a VR exposure therapy application for combat-related PTSD / A. Rizzo, K. Graap, K. Perlman, R.N. McLay, B.O. Rothbaum, G. Reger, T. Parsons, J. Difede, J.I Pair. 2008. – URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.ca0c0abc-6457fa0f-1edb0561-74722d776562/https/pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18391334/ (Дата обращения: 04.05.2023)
19. Skip Rizzo, PhD // The Institute for Functional Medicine. – Текст: электронный. – URL: <https://www.ifm.org/about/profile/skip-rizzo/> (дата обращения: 04.05.2023)

УДК 159.9.072

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАТЕГИЙ СОВЛАДАЮЩЕГО ПОВЕДЕНИЯ И СТИЛЕЙ ЮМОРА У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Е.Ю. Хомякова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В данной статье рассматривается взаимосвязь стратегий совладающего поведения и стилей юмора у молодых людей. В статье описаны данные об уровне использования стратегий сов-

ладающего поведения у выборки, а также обозначена выраженность тех или иных стилей юмора. Результаты оценки корреляционной связи между исследуемыми факторами позволяют говорить о наличии взаимосвязи между стратегиями совладающего поведения и стилями юмора у молодых людей, но прямая взаимосвязь выявлена только по некоторым переменным, а коэффициент корреляции имеет невысокие значения, поэтому проблема требует дальнейших исследований.

Ключевые слова: совладающее поведение, стратегии совладающего поведения, юмор, стили юмора, молодые люди.

THE CONNECTION BETWEEN STRATEGIES FOR COPING BEHAVIOR AND HUMOR STYLES OF YOUNG INDIVIDUALS

The study considers the connection between strategies for coping behavior and the humor styles of young people. The article describes data regarding the level of using strategies for coping behavior among the sample, and besides, it indicates the severity of particular humor styles. The results of the assessment of the correlation between researched factors enable us to signify the presence of the connection between strategies for coping behavior and the humor styles of young individuals. However, the direct linkage is recognized only for some variables, and the correlation coefficient has low values. Therefore, the problem requires further research.

Keywords: coping behavior, strategies of coping behavior, humor, humor styles, and young individuals.

В постоянно меняющемся мире и непосредственном влиянии любых изменений на человека от него требуется сформированность определенных личностных качеств и моделей поведения, помогающих ему успешно преодолевать все изменения и трудности, приспосабливаться к ним, адекватно реагируя на стрессовые ситуации. Данные характеристики свойственны совладающему поведению.

Как правило, с возрастом человек нарабатывает определенные умения и навыки, у него формируются устойчивые личностные качества, которые позволяют ему успешно реализовать себя в своей жизни, адекватно воспринимая условия среды и действительности в целом. При этом в молодом возрасте человек только начинает в полной мере сталкиваться с реальной жизнью и проблемами, которые вызывают у него стресс и переживания, получая собственный опыт. Соответственно в этом возрасте человек учится совладанию, т.е. преодолению жизненных трудностей, приобретая навыки совладающего поведения.

Совладающее поведение – это: «целенаправленное осознанное действие, позволяющее субъекту справиться со стрессом или трудной жизненной ситуацией адекватными способами через осознанные стратегии действий» [4]

Особенности формирования совладающего поведения в целом и отдельных его стратегий в частности достаточно широко рассматриваются отечественными и зарубежными авторами, в частности такими, как Л.И. Анцыферова, А.Л. Журавлев, К.К. Платонов, В.С. Меркин, Т.Л. Крюкова, Р. Лазарус, С. Фолкман и другие. В их исследованиях представлена сущность совладающего поведения и его особенности [2–4, 6].

Кроме того, в последнее время все больше психологов обращаются к исследованию различных аспектов юмора с точки зрения его использования как совладающего поведения. Во многих исследованиях юмор трактуется как защитный механизм или стратегия совладания, позволяющая человеку успешно справляться со стрессовыми ситуациями, однако на данный момент проблема далека от окончательного решения не только из-за недостаточного числа работ в этой сфере, но и вследствие существования различных подходов к пониманию самих конструктов защитных механизмов и их взаимосвязи с совладающим поведением.

В трудах Р. Мартина юмор трактуется как: «достаточно широкое понятие, к которому могут быть отнесены любые слова или действия людей, воспринимающиеся как забавные или вызывающие смех у других; а также психические процессы, участвующие в создании и восприятии этого забавного стимула, и эмоциональные реакции, связанные с получением удовольствия от юмора» [5].

Рассматривая данное определение юмора, следует отметить теорию стилей юмора Р. Мартина (двухмерная модель стилей юмора). Так предложенная автором классификация стилей

юмора основана на двух критериях: «направленность юмора на себя или на отношения с окружающими, поддерживающий характер юмора или уничижительный его тон, насмешка» [5]. Автором выделяются четыре стиля юмора:

1) аффилиативный – добродушный юмор ради юмора, направленный на других (используется для того, чтобы сблизиться с людьми – это остроумные перешучивания с друзьями и знакомые шутки);

2) самоподдерживающий – юмор, направленный на себя, который позволяет иметь оптимистичный взгляд на жизнь и регулировать собственные эмоции и механизмы совладания со стрессовыми ситуациями;

3) агрессивный – потенциально вредный для других, характеризуется использованием сарказма, унижений, подражания, критики, насмешек и других видов юмора, используемых за счет других;

4) самоуничижительный – юмор, направленный против самого себя (остроумный юмор, юмор постоянной жертвы и т.п.).

Изучение юмора во взаимосвязи с защитой личности от стресса и фрустрации – важный шаг в понимание поведения человека. Это подчеркивают в своих работах М.М. Абдуллаева, А.Г. Буенок и С.А. Хазова [1, 7]. Однако в данной теме остается еще много вопросов. Например, оказывает ли влияние, используемый стиль юмора на эффективность совладающего поведения, зависит ли стиль юмора от стратегии совладания или нет. В настоящее время существуют неоднозначные исследовательские позиции насчет данной взаимосвязи.

Цель данной научной работы заключается в выявлении и описании взаимосвязи между стратегиями совладающего поведения и стилями юмора у молодых людей.

Гипотеза исследования: предполагается, что существует взаимосвязь между стратегиями совладающего поведения и стилями юмора у молодых людей.

Для подтверждения гипотезы была проведена диагностика респондентов в количестве 85 человек в возрасте от 18 до 25 лет.

Исследование проводилось в несколько этапов. На первом этапе были определены цель и задачи исследования, были подобраны методики для определения используемых стратегий совладающего поведения и стилей юмора у молодых людей. На втором этапе было проведено эмпирическое исследование взаимосвязи стратегий совладающего поведения и стилей юмора у молодых людей. На третьем этапе полученные данные были статистически обработаны, проинтерпретированы и проанализированы.

Процедура исследования заключалась в том, что испытуемым предлагалось пройти тестирование согласно отобранным методикам, которые были оформлены в удобный для прохождения формат при помощи онлайн-форм. Перед каждым опросником была представлена инструкция по его прохождению. Результаты тестирования автоматически отправлялись исследователю.

Для проведения исследования были применены следующие методики: опросник «Способы совладающего поведения» и «Опросник стилей юмора».

Опросник «Способы совладающего поведения» считается первой стандартной методикой в области измерения копинга. Методика была разработана Р. Лазарусом и С. Фолкманом в 1988 году, адаптирована Т.Л. Крюковой в 2004 году, дополнительно стандартизирована в НИПНИ им. Бехтерева Л.И. Вассерманом, и предназначена для определения стратегий совладающего поведения, т.е. способов преодоления трудностей в различных сферах психической деятельности.

«Опросник стилей юмора» разработан Р. Мартином с соавторами и адаптирован Е.М. Ивановой в 2013 году. Предназначен для диагностики предпочтительного использования разных видов или стилей юмора, различающихся по своей адаптивности и направленности.

В результате проведения исследования при помощи опросника «Способы совладающего поведения» были получены данные об уровне использования стратегий совладающего поведения у молодых людей (табл. 1)

Уровень использования стратегий совладающего поведения у молодых людей

Стратегия/частота исп. стратегии	Редкое использование стратегии (чел.)	Умеренное использование стратегии (чел.)	Выраженное использование стратегии (чел.)
Конфронтация	5	46	34
Дистанцирование	1	44	40
Самоконтроль	10	64	11
Поиск соц. поддержки	11	58	16
Принятие ответственности	7	55	23
Бегство-избегание	0	35	50
Планирование решения	9	53	23
Положительная переоценка	12	57	16

Было выявлено, что среди большинства исследуемых преобладают две стратегии совладающего поведения: «Бегство-избегание» и «Дистанцирование», что может говорить о том, что большинство молодых людей из выборки, вероятно, предпочитают уклоняться от проблем, избегать их решения, им, скорее всего, свойственно преодолевать проблемные ситуации путем субъективного снижения значимости какой-либо проблемы. Практически для трети исследуемых характерно использование стратегии «Конфронтация». Вероятно, данные респонденты в случае трудной жизненной ситуации, могут проявлять импульсивность в поведении, неоправданное упорство, иногда с элементами враждебности и конфликтности, испытывать трудности в планировании действий, прогнозировании их результата.

Результаты исследования по методике «Опросник стилей юмора» отражены в табл. 2.

Таблица 2

Выраженность стилей юмора у молодых людей

Стиль юмора/уровень выраженности	Низкий уровень (чел.)	Средний уровень (чел.)	Высокий уровень (чел.)
Аффилиативный	9	74	2
Самоподдерживающий	16	62	7
Агрессивный	19	49	17
Самоуничижительный	15	51	19

Выявлено, что у исследуемых есть тенденция к преобладанию самоуничижительного юмора, это может говорить о том, что данным респондентам, вероятно, привычно делать себя объектом насмешек, им свойственно ждать одобрения других и отказывать себе в осознании реальности своих проблем. Скорее всего, они легко поддаются стрессу и пытаются игнорировать свои проблемы. Также отмечается выраженность агрессивного юмора.

Для выявления корреляционной взаимосвязи между способами совладающего поведения и стилями юмора, проведен корреляционный анализ с помощью метода ранговой корреляции Спирмена. Для наглядного представления результатов проведенного корреляционного анализа представим значимые коэффициенты корреляции способа совладающего поведения со стилями юмора в виде табл. 3.

Результаты оценки корреляционной связи между способами совладающего поведения и стилями юмора у молодых людей

Показатели	Аффилиативный	Самоподдерживающий	Агрессивный	Самоуничижительный
Конфронтация	,155	,175	-,008	,108
Дистанцирование	,258	,196	-,187	-,055
Самоконтроль	,332	,113	-,121	,087
Поиск соц. поддержки	,120	,143	,168	,224
Принятие ответственности	,238	-,026	-,034	,311
Бегство-избегание	,115	-,082	,213	,150
Планирование решения	,136	,307	-,163	-,039
Положительная переоценка	,230	,318	-,164	,011

В результате анализа данных выявлены следующие закономерности:

Стратегия «самоконтроль» положительно коррелирует с аффилиативным стилем юмора (при $r=0,1$). Можно предположить, что чем чаще используется доброжелательный, направленный на других юмор тем выше возможность избегания импульсивных поступков, преобладание рационального подхода к проблемным ситуациям.

Стратегия «принятие ответственности» положительно коррелирует с самоуничижительным стилем юмора (при $r=0,1$), вероятно, чем чаще используется юмор, направленный против самого себя, с целью снискания расположения других, тем выше возможность необоснованной самокритики и принятия чрезмерной ответственности.

Стратегии «планирование решения» и «положительная переоценка» положительно коррелируют с самоподдерживающим стилем юмора (при $r=0,1$), возможно, чем чаще человек использует положительно направленный юмор на себя, тем выше возможность целенаправленного и планомерного разрешения проблемной ситуации и тем легче преодолеваются негативные переживания в связи с проблемой за счет ее положительного переосмысления.

Таким образом, в целом по результатам проведенного исследования можно говорить о том, что выдвинутая гипотеза о взаимосвязи между стратегиями совладающего поведения и стилями юмора у молодых людей подтверждена. Но прямая связь выявлена только по некоторым переменным, а коэффициент корреляции имеет невысокие значения. Поэтому можно говорить о том, что существующая связь есть, но дифференцированная и слабая.

1. Абдуллаева М.М. Возможности юмора как регулятора стресса // Прикладная юридическая психология. – 2009. – С. 117–128.

2. Л.И. Личность в трудных жизненных условиях: переосмысливание, преобразование ситуаций и психологическая защита // Психологический журнал. – 2011. – № 1. – С. 3–18.

3. Бобровская Е.Ф. Стресс и копинг-тест Р. Лазаруса и С. Фолкман // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2020. – С. 48–52.

4. Крюкова Т.Л. Психология совладающего поведения. – Кострома: Авантитул, 2004. – 343 с.

5. Мартин Р.А. Психология юмора. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 480 с.

6. Платонов К.К. Структура и развитие личности. – Москва: Наука, 1986. – 254 с.

7. Хазова С.А. Юмор как ресурс совладающего поведения // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – С. 177–182.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ У ШКОЛЬНИКОВ ГОТОВНОСТИ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ВЫБОРУ

А.А. Шинковская
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Конечная цель образования – это подготовка студентов к будущей карьере и жизни. Поэтому важно, чтобы школьники начинали думать о профессиональном будущем еще на стадии обучения в школе. В данной статье мы рассмотрим педагогические основы формирования у школьников готовности к профессиональному выбору.

Ключевые слова: профессиональное самоопределение, профессия, профессионально – ориентированный, выбор, школьники, школа, педагог, преподаватель, подход, метод, основы.

PEDAGOGICAL FOUNDATIONS OF SCHOOLCHILDREN'S READINESS FOR PROFESSIONAL CHOICE

The ultimate goal of education is to prepare students for their future careers and lives. Therefore, it is important that schoolchildren start thinking about their professional future while they are still in school. In this article we will consider the pedagogical foundations of schoolchildren's readiness to make a professional choice.

Keywords: professional self-determination, profession, profession-oriented, choice, schoolchildren, school, teacher, teacher, approach, method, basics.

Эффективное перемещение товаров имеет важное значение для бесперебойного функционирования складской логистики, поскольку это может способствовать более быстрой доставке продукции, обеспечить надлежащее управление запасами и обеспечить удовлетворенность клиентов. Оптимизируя движение товаров, менеджеры склада могут свести к минимуму ошибки, сократить время выполнения заказа и повысить доступность продукции, что приводит к более эффективному управлению цепочкой поставок. Кроме того, эволюция ожиданий клиентов и рост спроса в сфере электронной коммерции повысили важность перемещения товаров в складской логистике. Поскольку клиенты требуют более быстрых сроков доставки и большей прозрачности

Актуальность исследования продиктована желанием улучшить систему логистики: разрабатывая и внедряя инновационные стратегии и технологии для улучшения движения товаров, менеджеры складов могут обеспечить беспрепятственное перемещение товаров по складу, что позволяет быстрее и эффективнее доставлять продукцию клиентам. Цель исследования – разработать новую систему отслеживания передвижения товара со склада продавца через промежуточные пункты и обосновать важность этих разработок. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- уточнить понятие «информационная поддержка» в складской логистике;
- выявить проблемы в существующей системе учета товародвижения;
- сформулировать мероприятия по оптимизации контроля товародвижения на складе.

При исследовании применялись методы: анализ, моделирование, синтез, дедукция.

Практическая значимость исследования заключается в предложении применения в логистических компаниях новой системы распоряжением складским пространством и эффективным товародвижением.

Основные проблемы в существующей системе учёта товародвижения:

- некачественная доставка товаров клиентам (поврежденные товары при транспортировке и утерянные посылки на складе);
- неэффективный способ организации передвижения товара на складе;
- плохая организация складского пространства.

Из этого списка проблем был проведен поиск анализ информационно-коммуникационных ресурсов в терминах, и он показал, что еще нигде не было введено отслеживание товаров через штрих-кода-микросхемы и визуальной обработки товара. Аналитика систем отслеживания в складской логистике содержится в табл. 1

Таблица 1

Информационно-коммуникационные ресурсы в терминах

Ресурс	Определение, назначение
КИС (ERP)	Корпоративная информационная система (обычно ERP-класса). Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия
SCM	Supply Chain Management – управление цепями поставок. Методология, модели, программное обеспечение класса SCM
ГИС (675)	Геоинформационная система. ПО для планирования маршрутов и навигации с функциями поиска геообъектов и расчёта затрат на транспортировку
CRM	Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с покупателями (потребителями). ПО клиентоориентированного класса
BPM	Business Performance Management – управление эффективностью бизнеса. ПО финансово-аналитического класса
WMS	Warehouse Management System – система управления складом. ПО для автоматизации управления складированием
EDI (ЭОД)	Electronic Data Interchange – электронный обмен данными. Система электронного документооборота и делопроизводства
FMS	Fleet Management System – система управления транспортным парком (флотом). ПО и оборудование для навигации, позиционирования и мониторинга
GSM, GPS	Global System for Mobile Communications. Global Position System. Сотовые (GSM) и спутниковые (GPS) системы связи и навигации
WAP	Wireless Application Protocol – протокол (технология) беспроводного доступа к данным. Системы и средства мобильного управления
ASP	Application Service Providing – аренда информационных систем (приложений, ПО). Технология информационного аутсорсинга. Аутсорсинг ПО
RFID	Radio Frequency Identification – радиочастотная идентификация
VLC	Virtual Logistics Center – технология виртуальных предприятий в логистике
TMS	Transport Management System – система управления парком транспортных средств
OLAP	On-Line Analytical Processing – интерактивный анализ данных. ПО аналитического класса для оперативной работы с данными
EAI(BI)	Enterprise Application Integration (Business Integration) – интеграция ПО для бизнеса разных производителей
SCADA	Supervisory Control And Data Acquisition. – автоматизированная система управления технологическими процессами (АСУ ТП)
SCOR-e-SCOR	Supply Chain Operation Reference Model – модели цепей поставок (типовые), рекомендуемая модель операций в цепях поставок; программная поддержка реализации моделирования в формате SCOR. Технологии и инструменты автоматизации организационно-функционального проектирования типизированных цепей поставок
CASE	Computer Aided System Engineering – средства и технологии проектирования и моделирования бизнес-процессов и сложных ИС
TCO 7VO; ROI	Total Cost (Value) of Ownership – совокупная стоимость (ценность) владения ИКР Return on Investment – отдача на инвестиции в ИКР. Оценочные технологии, применяемые при выборе и внедрении ИС

Источник: сост. авт. по: [3].

Предлагаемые решения для нововведения:

- фиксирующие товар камеры, сделанная в конструкции со считывателем штрих-кодов с товара, которая бы фотографировала товар почти на 360 градусов;
- специальные пластиковые радиопрозрачные контейнеры с карманом для штрих-кода-микросхемы;
- штрих-код-микросхема.

Техническая часть данных устройств:

1. Составляющие микросхемы – 3 блока из которых первый – это приемная антенна (антенна принимающая информацию со штрих-кодов товара), второй блок – антенна передачи информации (автоматическое занесение данных о определенном товаре в подготовленную базу данных) и третий блок – память (сохранение считываемых данных о товаре в базе).

2. Составляющие камеры: 3 камеры со специальными креплениями под определенным углом и радиусом движения (ориентированы пока что только на товары небольших объемов), камера фронтальная – фотография товара сверху, 2 боковые камеры с креплениями и радиусом движения примерно в 90 градусов – фотографируют товар сбоку.

3. Составляющие пластикового контейнера с карманом – прозрачный и радиопрозрачный материал для короба и специальный отсек сбоку контейнера для вложения штрих-кода-микросхемы.

Принцип действия с подробным описанием передвижения товара на примере крупного маркетплейса «WILDBERRIES» (Общество с Ограниченной Ответственностью "ВАЙЛДБЕРРИЗ"). Так как товары от продавцов поступают не в конкретные пункты выдачи, а в ближайшие сортировочные центры, то перейдем сразу к делу. Товар от продавца поступает уже со штрих-кодом промаркированным продавцом, содержащим информацию о его товаре, то при получении на склад нового товара он проходит первичную обработку (приемку товара), а после первичной обработки товар отправляется на сам склад (первый в нашем передвижении) и тут начинаются нововведения.

Товар отправляется на автоматизированную ленту на которой установлена конструкция с камерами и считывателем штрих-кодов, товар за пару секунд фотографируется, считывается код и отправляется в базу данных, где сотрудник находящийся чуть дальше этого устройства понимает, что это товар по его направлению (к примеру: Владивосток – Москва) и на мониторе при приближении товара к сотруднику высвечивается фотография этого товара и, собственно, направление.

Далее сотрудник наполняет пластиковый контейнер с карманом для микросхемы товарами по принципу направления отправки, далее по этой сформированной базе программируется штрих-код-микросхема, которая содержит всю информацию о содержащемся внутри товаром и вкладывается в специальный карман и блокируется закрывающийся механизм. На этом этапе важно знать сколько промежуточных складов пройдет данный контейнер, дабы при считывании штрих-кода-микросхемы данные не были удалены (это в целях безопасности). Далее товар проходит все промежуточные склады.

На последнем сортировочном центре происходят такие действия – контейнер вскрывается и товары снова выходят на ленту для сортировки, но уже в определенные пункты выдачи и информацию на штрих-коде-микросхеме могут быть удалены данные о содержании этого контейнера, но только после того, как будут отсканированы все находящиеся в нем товары. Точно также в обратном порядке штрих-кода-микросхемы программируются заново и проходят цикл.

Такие контейнеры, штрих-кода-микросхемы, и камеры решают сразу несколько проблем:

1. Контейнеры позволяют более экологично воздействовать на окружающую среду, так как картонные коробки быстрее изнашиваются и требуют замены, а контейнеры могут прослужить от полугода вплоть до 2 лет.

2. Снизит риски повреждения товаров в процессе транспортировки, плюс существует возможность этот контейнер переделать, используя вторично этот же материал (к примеру, с помощью фотополимерных принтеров, которые могут просто нанести второй слой защиты, расплавив старый).

3. Штрих-кода-микросхемы позволяют избежать ненужной ручной работы для определения куда именно идет товар и минимизировать захламление склада.

4. Снизить ошибки распределения товара из-за человеческого фактора.

5. Камеры же позволяют ускорить процесс обработки товара, так как с визуальными показателями товара легче распределить товар и если ввести фотографии в часть отслеживания товародвижения на сайт для покупателей, то это будет отличный маркетинговый ход, который привлечет 10–20% пользователей именно к вашей логистической компании. И также возможно будет определить на какой стадии товар мог повредиться для улучшения качества обслуживания.

Таким образом, в статье предлагаются инновационные решения различных проблем в сфере логистики, начиная от заботы об окружающей среде и заканчивая повышением эффективности и уменьшением количества ошибок. Используя контейнеры вместо картонных коробок и внедряя такие технологии, как микросхемы штрих-кодов, камеры и фотополимерные принтеры, компании могут сэкономить деньги и улучшить свои процессы доставки. Кроме того, интеграция фотографий и визуальных индикаторов в часть отслеживания движения товаров может привлечь больше потребителей и помочь улучшить качество обслуживания. В целом, статья предполагает, что внедрение этих решений может принести большую пользу логистическим компаниям за счёт улучшения их операций, сокращения отходов и повышения удовлетворенности клиентов.

1. Арендачук И.В. Проблема выбора профессии современными старшеклассниками // Профессиональная ориентация. 2017. №1. [Текст: электронный]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-vybora-professii-sovremennymi-starsheklassnikami> (дата обращения: 08.03.2023).

2. Вдовина Светлана Александровна, Вдовина Екатерина Андреевна Психолого-педагогическое содействие в профессионально-личностном самоопределении старшеклассников // Концепт. 2013. №4 (20). [Текст: электронный]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologo-pedagogicheskoe-sodeystvie-v-professionalno-lichnostnom-samoopredelenii-starsheklassnikov> (дата обращения: 08.03.2023).

3. Воронина Евгения Владимировна Педагогическая поддержка формирования готовности к профессиональному самоопределению школьников // Концепт. 2013. №4 (20). [Текст: электронный]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskaya-podderzhka-formirovaniya-gotovnosti-k-professionalnomu-samoopredeleniyu-shkolnikov> (дата обращения: 08.03.2023).

4. Николаева Эльвира Федоровна, Ковалева Марина Анатольевна Роль профориентационных игр в решении задач профессионального самоопределения подростков // Хуманитарни Балкански изследвания. 2019. №1 (3). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-proforientatsionnyh-igr-v-reshenii-zadach-professionalnogo-samoopredeleniya-podrostkov> (дата обращения: 16.03.2023).

5. Петрукович Н.П., Дорошенко Л.М., Сагайдак С.С., Рогаль С.С. Педагогическое просвещение: взаимодействие педагогов и родителей в рамках профориентации обучающихся // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2017. – № 1. – Текст: электронный]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskoe-prosveschenie-vzaimodeystvie-pedagogov-i-roditeley-v-ramkah-proforientatsii-obuchayuschih-sya> (дата обращения: 15.03.2023).

6. Малинина Е. А. Эффективные подходы к формированию готовности обучающихся к выбору педагогической профессии// Отечественная и зарубежная педагогика. – 2022. – №4. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnye-podhody-k-formirovaniyu-gotovnosti-obuchayuschih-sya-k-vyboru-pedagogicheskoy-professii> (дата обращения: 08.03.2023).

7. Май Т. Н., Попович А. Э. Основы формирования готовности старших школьников к выбору профессии // Педагогика и психология образования. – 2011. – №2. – Текст: электронный.– URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-formirovaniya-gotovnosti-starshih-shkolnikov-k-vyboru-professii> (дата обращения: 08.03.2023).

Секция. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

УДК 159.9.072 9

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ У ДИСПЕТЧЕРОВ АЭРОПОРТА ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

А.С. Высоцкая
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В данной статье рассматривается взаимосвязь между субъективной оценкой своей работы как сложной и напряженной и доминирующем состоянием сниженной работоспособности у авиадиспетчеров. В результате проведенного исследования было выявлено, что психологическое состояние авиадиспетчеров положительное, не зависимо от их стажа работы и возникающих трудностей. Они не находятся в стрессе, функциональны, позитивно оценивают работу и свое состояние, профессионально справляются со сложностями, не позволяя доводить себя до эмоционального выгорания. Психологические состояния во время рабочего процесса, связаны и опосредуются субъектно-личностными свойствами, индивидуально-психологическими особенностями человека, приобретенными навыками решения сложных рабочих ситуаций и с уже имеющимся положительным профессиональным опытом. Данные, полученные в ходе исследования, можно использовать с целью улучшения диагностики функциональной надежности работников авиационной системы, путем анализа актуальных состояний и профессиональной пригодности.

Ключевые слова: *состояние сниженной работоспособности, стресс у авиадиспетчеров, профессиональная пригодность.*

PSYCHOLOGICAL STATE IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF AIR TRAFFIC CONTROLLERS OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

This article examines the relationship between the subjective assessment of their work as difficult and stressful and the dominant state of reduced performance among air traffic controllers. As a result of the conducted research, it was revealed that the psychological state of air traffic controllers is positive, regardless of their work experience and difficulties encountered. They are not stressed, functional, positively assess their work and their condition, professionally cope with difficulties, not allowing themselves to be brought to emotional burnout. Psychological states during the work process are connected and mediated with the subjective and personal properties, individual psychological characteristics of a person with acquired skills in solving complex work situations and with already existing positive professional experience. The data obtained during the study can be used to improve the diagnosis of conditions in employees of the aviation system, by analyzing the suitability and current conditions.

Keywords: *the state of reduced working capacity, stress in air traffic controllers, psychological state, subjective assessment of work, professional suitability.*

Исследование психических состояний является актуальной проблемой современной психологии, так как они выступают в качестве важнейшего субъективного фактора, определяющего успешность и продуктивность профессиональной деятельности и оказывают существенное влияние на эффективность и качество различных видов трудовой деятельности. Психоэмоциональные состояния человека подвержены определенной динамике на протяжении всего периода профессиональной деятельности и зависят от различного рода факторов, что представляет определенный интерес для научных исследований. Психическое состояние человека-оператора, управляющего динамическими объектами, давно является предметом многочис-

ленных исследований специалистов в области инженерной психологии и психологии труда. Традиционно в поле зрения исследователей попадали состояния, являющиеся результатом взаимодействия субъекта и объекта труда (монотония, напряженность, утомление). Накоплен богатый теоретический и практический опыт, однако единства во взглядах на сущность, структуру и классификации психических состояний человека до сих пор не достигнуто.

Изучение проблемы психологических состояний начинается еще с Древних времен (Гераклит, Эмпидокл, Сократ, Платон, Аристотель и др). Далее развития понятия состояния можно отметить у Р. Декарта, Н.Н. Ланге, В. Вундта, Ч. Дарвина, У. Джемса. Затем, с выдвиганием И.М. Сеченовым в середине XIX в. принципа обратной связи в формировании и течении психических состояний, открывается новый этап в эволюции учения о психических состояниях, уже не изолированных от внешнего мира и поведения [6].

Благодаря работам Сеченова и трудам К. Бернара, У. Кеннона, Ф. Гальтона, И. П. Павлова, В. М. Бехтерева, Г. Селье и других, с развитием концепции гомеостаза и рефлексологии исследования психических состояний становятся на научную основу.

Большой вклад в изучение психологических состояний внесли работы таких отечественных ученых как: Н.Д. Левитова, К.К. Платонова, А.О. Прохорова, В.А. Ганзена, В.М. Мясищева, Т.А. Немчина, Е.П. Ильина, Ю.Е. Сосновиковой, П.К. Анохина и т.д.

Обобщив имеющиеся позиции отечественных ученых под понятием «психологическое состояние» мы будем обозначать целостные, различные по интенсивности и длительности проявления психики человека, создающие фон для всей психической деятельности человека, при этом отражающие ее функциональные возможности в конкретный период времени и реализующие функцию уравнивания человека как личности и организма с внешней и внутренней средой.

Психические состояния, оказывая влияние на протекание психических процессов, обуславливают формирование психических свойств. В то же время, от протекания психических процессов и влияния свойств личности зависит полярность и интенсивность психических состояний.

Для полного и всестороннего понимания личности субъектов профессиональной деятельности следует рассматривать не только непрерывно изменяющиеся психические процессы и устойчивые особенности личности, но и временные, и вместе с тем целостные, психические состояния. Идея психического состояния вытекает из того, что психика – это величина динамично развивающаяся, ее параметры подвержены переменам.

Мы оцениваем человека не только по тем качествами, которые ему свойственны, но и по состояниям, в которых он находится в данное время (в то время, когда мы с ним имеем дело).

В последнее десятилетие возрос интерес к профессиональным стрессам в связи с актуальностью таких медицинских проблем авиаспециалистов как оценка здоровья не только в плане социально-экономических аспектов, но и в плане обеспечения профессиональной надежности специалиста.

Профессиональная деятельность в гражданской авиации обладает высокой социальной значимостью, а также связана с особыми условиями. Данная деятельность является одной из самых сложных, она оказывает сильное влияние на психику человека из-за постоянного стресса, что плохо сказывается на всем организме.

Целенаправленный анализ данных врачебно-лётной экспертизы, проведённый в некоторых предприятиях, показал, что заболеваемость среди авиадиспетчеров возросла. В структуре заболеваемости преобладают расстройства психогенно обусловленной природы, и причинами отстранения авиадиспетчеров от работы по состоянию здоровья в 50% случаев являлись болезни психосоматического генеза, причинно связанные с хроническим нервно-эмоциональным напряжением [3].

В профессиональной деятельности диспетчера могут возникать стрессовые ситуации и психоэмоциональные перегрузки, из-за этого происходит накопление рабочего стресса и могут наблюдаться такие депрессивные состояния как, плохое настроение, дискомфорт, заторможенность мышления, утомленность, суицидные мысли, истерики [5].

Тот факт, что работа играет не последнюю роль в развитии стресса, признаётся практически всеми. Тем не менее, нельзя сказать, что установлена отчетливая степень влияния факторов деятельности на здоровье и заболевания человека.

Связи определяются скорее теоретическими знаниями, но по этому вопросу достаточно много разногласий, так как общий адаптационный синдром или стресс по Гансу Селье является неотъемлемым компонентом нашей жизни.

Согласно новым подходам сформулировано новое понятие профессионального здоровья и выдвинута концепция функциональной надёжности специалиста. «Профессиональное здоровье – это свойство организма сохранять заданные компенсаторные и защитные реакции, обеспечивающие работоспособность во всех условиях профессиональной деятельности» [2].

Работник авиа системы должен обладать определенными профессиональными навыками, чтобы успешно выполнять функциональные обязанности, к этим навыкам относятся слуховая память, внимательность, умение концентрироваться на ситуации, хороший слух [1].

Эффективность работы авиадиспетчера зависит от состояния его психической готовности к выполнению действий в экстремальных условиях.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что психическое состояние определяется совокупностью личных качеств человека: особенностями темперамента, интересом к работе, стремлением совершенствовать свое мастерство, способностью трезво оценить обстановку при возникновении стрессовых ситуаций, сообразительностью, эмоционально-волевой устойчивостью, быстротой переключения и устойчивостью внимания.

Тема данной научной работы – «Психологическое состояние в профессиональной деятельности у диспетчеров» является рассмотрена нами в связи с тем, что в процессе управления воздушным движением они могут допускать всевозможного рода ошибки, главными причинами которых могут быть: информационная перегрузка, дефицит времени, помехи, снижение профессиональных функций, понижение эмоциональной устойчивости, утомление, недостаточный уровень профессиональной подготовки [4].

В связи с этим одна из важных проблем современной психологии труда является выявление факторов влияющих на состояние работников и предотвращение неблагоприятных или даже трагичных ситуаций, связанных с человеческим фактором и функциональной надежностью работников.

Возможные рабочие стресс-факторы проявляются в: снижении производительности труда; негативных изменениях психики человека, приводящих к профессиональным болезням; утрате ценностных мотивов к труду; формировании внутреннего дискомфорта; профессиональном выгорании.

Исследование этой проблемы было актуально в прошлом, актуально в настоящем и продолжит быть актуально и в будущем. Так как человеческий фактор всегда будет сопровождать профессиональную деятельность людей. Поэтому так важно при профессиональном отборе исследовать устойчивость к стрессу и личностные особенности будущих авиационных работников. Устойчивое поведение сотрудников в условиях стресса является одним из важных психологических факторов обеспечения надежности, эффективности и успеха профессиональной деятельности. Важна профилактика нежелательных состояний и выгорания путем развития стрессоустойчивости сотрудников, еще на этапе обучения. Ознакомление с имеющимися копинг стратегиями способствует профилактике нежелательных последствий, связанных с человеческим фактором.

Целью нашего исследования являлось изучение и описание психологического состояния в профессиональной деятельности у авиадиспетчеров города Владивостока.

Были выбраны 2 методики: метод семантического дифференциала и методика дифференцированной оценки состояния сниженной работоспособности (ДОРС).

Методика семантического дифференциала была разработана в 1952 году в ходе исследования механизмов синестезии группой американских исследователей во главе с Чарльзом Осгудом. В методике семантического дифференциала измеряемые объекты оцениваются по ряду биполярных градуальных шкал, полюса которых заданы с помощью вербальных антонимов. Респондентам во время прохождения данной методики предлагалось оценить степень выраженности того или иного дескриптора, относящегося к их работе. Всего в методике было 65 пар дескрипторов.

Вторая методика «Дифференцированная оценка работоспособности» (сокращенно ДОРС), используется для исследования динамики работоспособности у представителей разных профессий, представлена в виде опросника. Методика является оригинальным диагностическим инструментом, поскольку она предназначена для индивидуальной диагностики состояния

субъекта, а не косвенной оценки рабочих нагрузок по групповым данным. Используется для оценки устойчивых и типичных проявлений состояния в соответствии с тем, как часто те или иные симптомы возникают во время рабочего дня. Респондентам во время прохождения данного теста выдается бланк, в котором нужно ответить на 40 различных вопросов о работе оценив свои ответы в баллах от 1 до 4

Эмпирическое исследование проводилось на двух группах испытуемых. Авиадиспетчера общей численностью 23 человека, из них 13 со стажем более 10 лет и возрастом от 31 до 53 лет, и 10 со стажем менее 10 лет и возрастам от 21 до 44 лет.

В результате проведения психодиагностического обследования респондентов при помощи методик, описанных выше были получены следующие данные:

Обе группы авиадиспетчеров положительно оценивают свою работу, считают ее значимой, одобряемой. Отмечают, что работа требует определенной квалификации, профессиональности, осмысленности, умений. Что делает ее доступной не для любого человека. Акцентируют внимание на том, что работа не временная, а постоянная, осознанно выбранная, что так же повышает ее значимость. Отмечают напряженность и ответственность данной работы.

Полученные результаты, варьирующиеся по низким и умеренным показателям по монотонии, утомлению, стрессу и пресыщению, говорят нам о том, что диспетчеры обеих групп не испытывают серьезного стресса, связанного с работой, с легкостью справляются с однообразием рабочих будней, решают возникшие проблемы без особых затруднений и положительно оценивают свое состояние на работе.

Умеренную монотонию выделяют обе группы респондентов, что возможно является следствием однообразия рабочих обязанностей. А в отношении стресса обе группы отмечали чаще умеренную степень выраженности, следовательно, психологическое напряжение во время работы действительно объективно и скорее всего связано с повышенной ответственностью данной работы.

Можно наблюдать некоторые различия в представлении своей профессии у групп диспетчеров с разным стажем работы.

Диспетчеры с более длительным стажем обширнее могут охарактеризовать свою работу, делают акцент на ее сложности и высокой оплате. Это может быть связано с повышением уровня квалификации, зависящей от стажа работы. Чем больше человек работает в данной сфере, тем больше к нему профессиональных требований (повышение класса), а соответственно и оплата труда выше.

Пресыщение имеет более низкую выраженность в этой группе респондентов, что имеет положительную взаимосвязь с их профессиональным стажем. Так как отсутствие интереса к своей деятельности и угнетение однообразием рабочих действий, не позволило бы им так много лет проработать в данной профессии.

Так же именно в этой группе показатель утомления был выше. Как уже упоминалось, это может быть связано и с повышением сложности обязанностей, которые зависят от уровня квалификации авиадиспетчера и его стажа, а также это может быть связано с субъективным восприятием работы как более сложной, поскольку средний возраст респондентов в этой группе выше на 10–12 лет, чем в другой, следовательно, нагрузка может казаться более тяжелой.

Свою работу они видят умственной, связанной, с определенным оборудованием (технологичной). Характеризуют свою профессию как престижную и настоящую, из чего можно предположить, что респонденты данной группы испытывают гордость за то, чем занимаются.

Диспетчеры со стажем работы до 10 лет отмечают, что работа интересная. Возможно, чем меньше стаж, тем больше новизны в работе и меньше субъективного однообразия. Так же данная группа выделяет значимость и востребованность своей работы, следовательно, респонденты оценивают ее как важную для людей и авиационной системы в целом. Анализируя полученные данные, можно определить, что диспетчера с меньшим стажем работы так же положительно представляют свою работу. Такая оценка может подразумевать гордость.

Полученные результаты показали нам, что психологическое состояние авиадиспетчеров положительное, не зависимо от их стажа работы. К работе они относятся осознанно, адекватно оценивают сложность и ответственность своей работы, понимают, с чем она связана, с какими рисками. Они не находятся в стрессе, функциональны, позитивно оценивают работу и свое состояние.

Их представления о работе строятся в первую очередь на таких очевидных характеристиках как профессиональность, ответственность, квалифицированность, осмысленность. Из результатов видно, что к выбору профессии диспетчера подходили осознанно, для них эта работа постоянная, стабильная, выбираемая на длительный срок, а не в качестве временной подработки. Акцентируют внимания на удобстве нормированного графика.

Следовательно, субъективная оценка своей работы как сложной и напряженной у авиадиспетчеров не связана с доминирующим состоянием сниженной работоспособности. А скорее является объективной, адекватной оценкой и принятием всех трудностей и рисков.

А так же по имеющимся результатам, можно сделать вывод, что у данных авиационных специалистов нет невротических состояний, сопровождающихся нарушениями вегетативных функций.

Таким образом устойчивость к стрессу и функциональная надежность диспетчеров, может быть связана с личными особенностями людей, выбирающими данную профессию: темпераментом, характерологическими чертами, интересом к работе, способностью трезво оценить обстановку при возникновении стрессовых ситуаций, сообразительностью, эмоционально-волевой устойчивостью, быстротой переключения и устойчивостью внимания.

Уже на этапе поступления авиадиспетчера должны понимать, какие трудности и ответственность их ждет, они морально готовы к этому, а в процессе обучения осваивают все необходимые навыки, что бы профессионально справляться со своими обязанностями.

Данные, полученные в ходе исследования, можно использовать с целью улучшения качества диагностики функциональной надежности работников авиационной системы, путем анализа актуальных состояний и профессиональной пригодности. Своевременная диагностика нежелательных стрессовых состояний может спасти не одну жизнь.

1. Васильев Д.А., Волкова Л.М. Стрессоустойчивость будущих специалистов гражданской авиации таможенного контроля // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – №1 (46). – С. 426–430.

2. Адаптационные реакции и резистентность организма / Л.Х. Гаркави, Е.Б. Квакина, М.А. Уколова. – Ростов-н/Д : ИРУ, 1990. – 223 с.

3. Волкова Л.М., Федосеев И.В. Диагностика профессионального здоровья будущих специалистов гражданской авиации // Ученые записки университета им. П.Ф.Лесгафта. – 2019. – № 12 (178). – С. 56–59

4. Колесникова Е.В. Заболеваемость авиадиспетчеров Московского Центра автоматизированного управления воздушным движением // Человек в экстремальных условиях: проблемы здоровья, адаптация работоспособности: третий междунар. науч.- практ. конгресс. – Москва, 2002. – С. 125.

5. Марихин С.В., Мамчак А.В. Особенности многомерного оценивания профессиональной деятельности авиационного персонала на этапе первоначальной подготовки // Научно-практический журнал «Заметки ученого». – 2021. – № 6. – С. 108

6. Немчин Т.А. Состояния нервно-психического напряжения. – Ленинград: ЛГУ, 1988. – 169 с.

УДК 687.073

ВЫБОР КОНСТРУКТИВНО-ТЕХНИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ КОРСЕТНЫХ ИЗДЕЛИЙ С УЧЕТОМ АДРЕСНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

А.К. Овчинникова

бакалавр

Е.А. Розанова

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена разработке рекомендаций по выбору конструктивно-технического решения бюстгалтера в соответствии с формой грудных желез. Проведен ретроспективный анализ корсетных изделий. Сформулированы требования к корсетным изделиям. Изучены конструктив-

ные элементы бюстгалтера. Разработана классификация корсетных изделий по определенным критериям. Рассмотрена классификация размеров бюстгалтера. Так же рассмотрены формы грудных желез. По результатам исследования предложены рекомендации по выбору конструктивно-технического решения бюстгалтера в соответствии с формой грудных желез.

Ключевые слова: грудные железы, бюстгалтер, корсетные изделия, адресное проектирование.

THE CHOICE OF A CONSTRUCTIVE AND TECHNICAL SOLUTION TAKING INTO ACCOUNT THE TARGETED DESIGN

The article is devoted to the development of recommendations on the choice of a constructive and technical solution of a bra in accordance with the shape of the mammary glands. A retrospective analysis of corset products was carried out. The requirements for corset products are formulated. The structural elements of the bra have been studied. The classification of corset products according to certain criteria has been developed. The classification of bra sizes is considered. The forms of the mammary glands are also considered. According to the results of the study, recommendations on the choice of a constructive and technical solution of a bra in accordance with the shape of the mammary glands are proposed.

Keywords: breast, bra, corset products, targeted design.

Швейная промышленность является одной из крупнейших отраслей легкой промышленности. В ассортимент изготавливаемых швейных изделий на предприятиях легкой промышленности входят и корсетные изделия. Для каждой женщины корсетные изделия являются неотъемлемой частью гардероба, отвечающую за гигиеническую, защитную и формообразующую функцию. Важным этапом в выборе нижнего белья является соответствие типов телосложения, поскольку неправильный выбор влечет за собой последствия связанные со здоровьем женщины. Актуальность работы заключается в наличии проблем у потребителя при выборе корсетного изделия в соответствии с формой грудных желез. Цель исследования: объективизация выбора конструктивно-технического решения корсетного изделия с учетом особенностей телосложения женской фигуры (форм грудных желез). Предметом исследования является корсетное изделие (бюстгалтер), предназначенное для различных групп потребителей. В работе использованы социологические методы исследования, такие как, включенное наблюдение, интервьюирование.

На первом этапе сформулирована концепция адресного проектирования [1], наиболее значимой из которых является соответствие ассортимента выпускаемых изделий (по объему и структуре) многообразию требований потребителей.

Требования к корсетным изделиям являются одним из важных пунктов в разработке корсетных изделий. В работе сформулированы различные требования, к которым относятся: статическое соответствие, психофизическое соответствие, гигиеническое соответствие, эксплуатационное соответствие, эстетическое соответствие.

Для проведения исследований рассмотрены основные элементы бюстгалтера, представленные на рис. 1 [2].

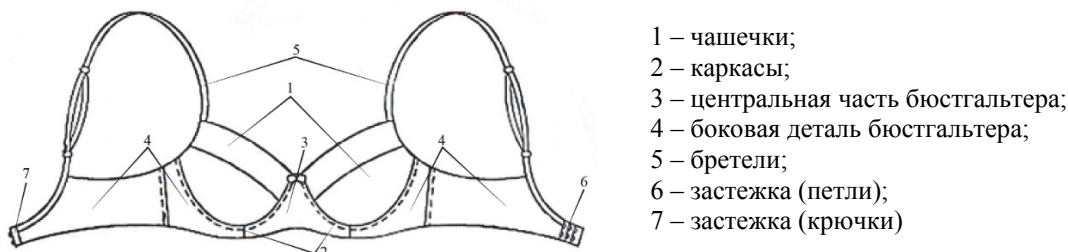


Рис. 1. Схема бюстгалтера

Для выполнения поставленной цели проведен ретроспективный анализ происхождения и развития корсетных женских изделий в период с XV века по настоящее время [3], в результате которого была разработана классификация бюстгалтеров по различным признакам: по способу изготовления чашечки бюстгалтера, по принципам условий эксплуатации, по виду бретелей, по виду застежек, по способу членения чашечек (актуален только для бюстгалтеров с неформованной чашкой). Существует вертикальное членение чашечки, горизонтальное, диагональное, Т-образное и комбинированное [4].

Для того чтобы правильно подобрать бюстгалтер, необходимо определить размер бюстгалтера. На рисунке 2 представлена классификация размеров чашечки бюстгалтера [5].

Размер чашки (буквенное обозначение)	Размер чашки (цифровое обозначение)	Размер: (ОгIII – ОгIV), см
AA	0	<12
A	1	12
B	2	14
C	3	16
D	4	18
E	5	20
F	6	22
G	7	24

Рис. 2. Классификация размеров чашечки бюстгалтера

На рисунке 3 представлен фрагмент классификации размеров бюстгалтера в соотношении с чашечками.

Обхват груди четвертый, см	Обхват груди третий, см							
	AA	A	B	C	D	E	F	G
58-62	70-71	72-73	74-75	76-77	78-79			
63-67	74-76	77-79	80-81	82-83	84-85	86-87	88-89	
68-72	79-81	82-84	85-86	87-88	89-90	91-92	93-94	
73-77	84-86	87-89	90-91	92-93	94-95	96-97	98-99	100-101
78-82	89-91	92-94	95-96	97-98	99-100	101-102	103-104	105-106
83-87		97-99	100-101	102-103	104-105	106-107	108-109	110-111
88-92		102-104	105-106	107-108	109-110	111-112	113-114	115-116

Рис. 3. Фрагмент классификации размеров чашечки бюстгалтера в соотношении с чашечками

В результате исследований и анализа источников по проектированию корсетных изделий, разработаны рекомендации по выбору конструктивно-технического решения бюстгалтера в соответствии с формой грудных желез (рис. 4). Существует 6 форм грудных желез: классическая (идеальная) большая, маленькая, широкая, узкая, отвислая, которые могут пересекаться между собой.

Данные исследования позволяют обеспечить рациональный подход к выбору вида бюстгалтера в соответствии с формой грудных желез и обеспечить комфортную носку и удовлетворенность потребителя в процессе эксплуатации. Результаты исследования могут быть использованы для предприятий, проектирующих и реализующих корсетные изделия [6].

Форма грудных желез	Рекомендуемое членение чашечки бюстгалтера	Рекомендуемый вид бюстгалтера	Не рекомендуемые виды бюстгалтера
Классическая грудь	Все членения чашечки бюстгалтера	Все виды бюстгалтера	Нет не рекомендуемых
Маленькая грудь	вертикальное, диагональное, Т-образное, комбинированное	с чашечкой push up, бесшовные, с мягкими чашечками, анжелика, спортивный, бралет, треугольный, силиконовый, без бретелей	минимайзер, закрытый
Большая грудь	Т-образное, горизонтальное, диагональное	спортивный, с уплотнителем, контурный, бесшовный, закрытый, минимайзер	с глубоким верхним срезом, без уплотнителя, с мягкими чашками, бралетт, анжелика, силиконовый
Широкая грудь	горизонтальное, Т-образное, диагональное	с чашечкой push up, закрытый, без уплотнителя, спортивный, бесшовный, контурный, с уплотнителем	с глубоким вырезом, бралетт и треугольный
Узкая грудь	вертикальное, Т-образное, диагональное	с чашечкой push up, с мягкими чашками, бесшовный, анжелика, спортивный, контурный, бюстгалтер с уплотнителем, силиконовый, с углубленным верхним срезом	треугольный, бралетт, закрытый
Отвислая грудь	Т-образное, горизонтальное, диагональное	контурные бюстгалтера, бесшовные, закрытые, без уплотнителя, спортивный	без бретелей, треугольный, бралетт, силиконовый, с мягкой чашкой

Рис. 4. Рекомендации по выбору конструктивно-технического решения бюстгалтеров в соответствии с формой грудных желез

1. Кривобородова Е.Ю. Разработка методологии адресного проектирования одежды с использованием новых информационных технологий: автореферат. – Москва, 2005. – 48 с.
2. Конструкция бюстгалтера: составные части и их назначение. – Текст: электронный. – URL: <https://lingerieline.ru/news/konstrukciya-byustgaltera-sostavnye-chasti-i-ih-naznachenie.php?ysclid=lhk474vw9u644174857>
3. Тайны, скрытые под юбками: история нижнего белья. – Текст: электронный. – URL: https://pikabu.ru/story/taynyi_skryityie_pod_yubkami_istoriya_nizhnego_belya_4856162?ysclid=lhk4c4u25h754231457%20
4. Бюстгалтер – виды швов на чашечках. – Текст: электронный. – URL: https://dzen.ru/a/W_vzsJ02VQCqX3Of%20
5. Информация как правильно определить свой размер женского белья. – Текст: электронный. – URL: https://belpodium.ru/info/sizes_woman/nizhnee_bele_razmeri.html?utm_source=Yandex-Direct&utm_medium=CPC&utm_campaign=82428812&utm_term=&utm_banner=13364692814&utm_phrase=3373846&utm_placement=none&_openstat=ZGlyZWN0LnNhbmRleC5ydTs4MjQyODgxMjsxMzM2NDY5Mjg5NDt5YW5kZXgucnU6Z3VhcmFudGVl&yclid=16513490165795651583
6. ГОСТ 17037. Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения. – Москва: Российский институт стандартизации, 2022.

РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИЙ КРУЖЕВНЫХ ПОЛОТЕН НА ОСНОВЕ РЕТРОСПЕКТИВНОГО АНАЛИЗА

Н.А. Савинова

магистрант

Е.А. Розанова

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена исследованию структурных элементов, способу производства, технике исполнения кружевного полотна. Цель исследования: разработка классификации кружевных полотен по перечисленным признакам. Изучение ассортимента кружевных полотен выполнялось в ретроспективе с XIV века и до настоящего времени. Материалы исследования могут быть полезны дизайнерам костюма, исследователям народного декоративно-прикладного творчества, музейным работникам, педагогам и художникам, создающим композиции или изделия с использованием кружева.

Ключевые слова: кружево, классификационные признаки, ассортимент кружевных полотен.

THE CONCEPT OF LACE AND ITS CLASSIFICATION

The article is devoted to the study of structural elements, production method, lace fabric technique. The aim of the research: the development of lace cloth classification according to the listed features. The study of the assortment of lace fabrics was carried out in retrospect from the 14th century to the present time. Materials of the research can be useful for designers of costume, researchers of folk arts and crafts, museum workers, teachers and artists who create compositions or products using lace.

Keywords: lace, classification attributes, assortment of lace fabrics.

Кружево – выдающееся явление мировой художественной культуры. Кружево, как текстильное изделие по праву завоевало широкое признание и известность и столетиями было одним из наиболее любимых приёмов декорирования одежды и прочих предметов, постоянно сопутствующих человеку. В современной одежде кружевное полотно широко используется в виде отделки, в виде самостоятельных изделий различного назначения, изготавливается в условиях как индивидуального, так и массового производства. Существуют различные технологии проектирования и изготовления изделий из кружевных полотен, однако, в литературных источниках отсутствует информация об используемых приемах проектирования относительно классификационных признаков различных видов кружев. Эти проблемы и обуславливают актуальность работы. Цель исследования: разработка классификации кружевных полотен с точки зрения их производства и структурных характеристик. Предметом исследования является ассортимент кружевных полотен.

Изучение ассортимента кружевных полотен выполнялось в ретроспективе с XIV века и до настоящего времени. В качестве источников информации использовались картины русских и зарубежных художников XIV–XV веков, фотодокументы конца XIX – начала XX века, образцы изделий из музейных фондов и коллекций современных дизайнеров, ассортимент кружевных полотен, представленных сегодня на рынке [1, с. 12; 2, с. 64].

Анализ ассортимента кружевных полотен позволил сформировать следующие классификационные признаки:

- способ производства кружева;
- назначение в костюме;
- техника исполнения;
- волокнистый состав.

По способу производства кружево делится на ручное и машинное. Ручной способ предполагает изготовление с помощью нити, иглы, крючка или специальных приспособлений – коклюшек. Машинный способ предполагает использование технических средств, например, гардинно-тюлевая машина.

На рисунке 1 представлена классификация кружева по назначению [3, 4].



Рис. 1. Классификация кружева по назначению.

Мерное кружево – это непрерывная полоса кружева с повторяющимся рисунком. Разно-видностями мерного кружева являются:

- прошва, или прошивка – полоса, у которой оба края прямые;
- край – полоса с одним прямым и с одним фигурным краем;
- аграмент – полоса с двумя фигурными краями.

Штучное, или фасонное, кружево – предмет, выполненный полностью из кружева. Штуч-ные кружевные изделия включают в себя:

- элементы костюма (съемные рукава, манжеты, кокетки, пелеринки и воротник);
- аксессуары (зонты, сумочки, перчатки и т.п.);
- готовые изделия (фартуки, платья, пальто).

По технике исполнения кружево делится на:

- шитое иглой;
- плетенное на коклюшках;
- вязанное;
- узелковое;
- ленточное;
- ажурная вышивка.

На рисунке 2 представлена классификация кружева по технике исполнения [4, 5].

Основным инструментом для изготовления шитого кружева является игла. При изготов-лении коклюшечного кружева одновременно в работе может быть использовано до несколь-ких сотен коклюшек. Как правило, при использовании техники плетения на коклюшках фон выплетается одновременно с узором. В вязаном кружеве используется крючок, спицы или вилка. Техника узелкового кружева основана на связывании нитей в узлы. В ленточной техни-ке в отличие от традиционных способов узоры формируются лентами и украшаются игольным кружевом. Ажурная вышивка предполагает работу с готовым материалом.

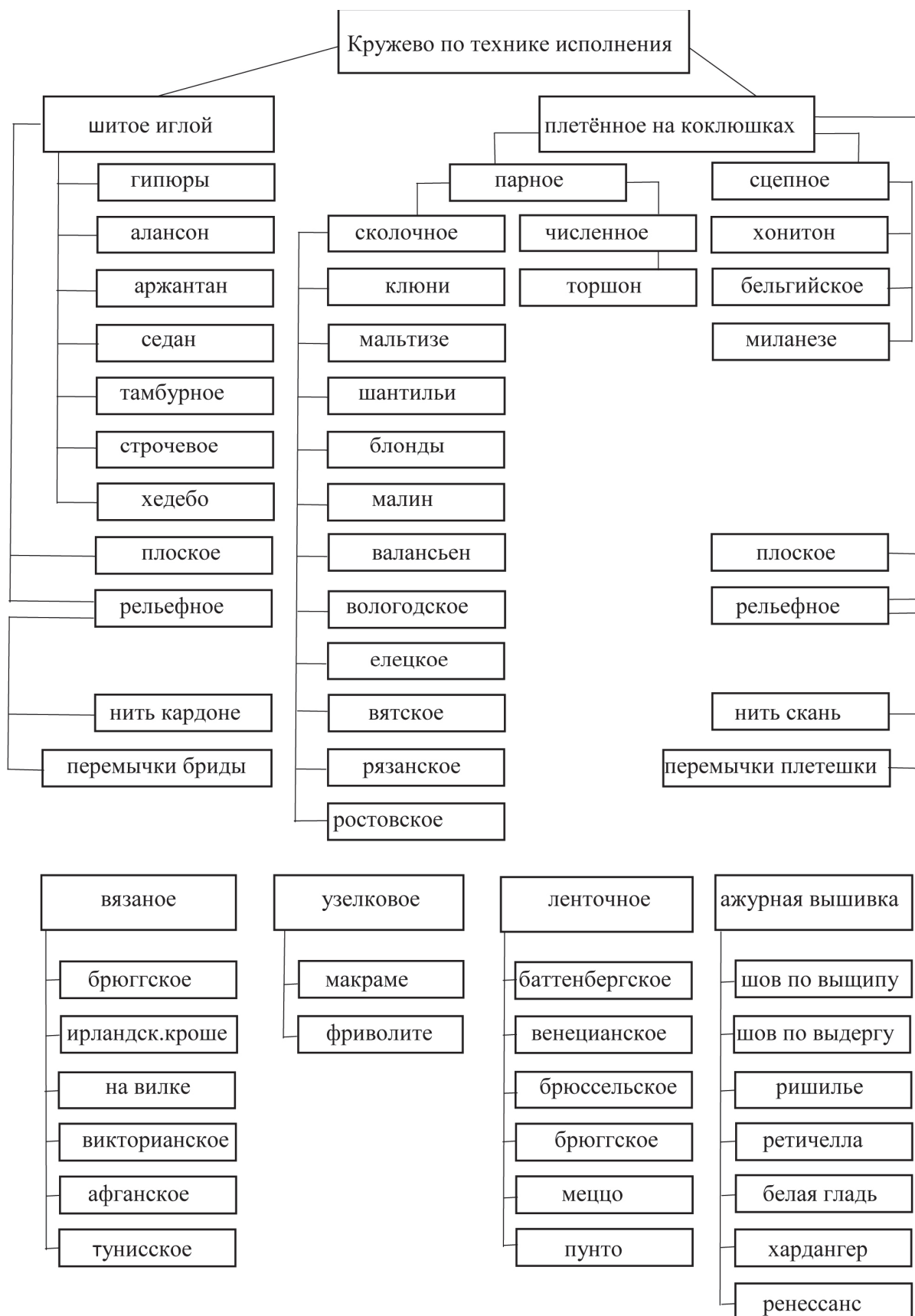


Рис. 2. Классификация кружева по технике исполнения

На рисунке 3 представлена классификация кружева по волокнистому составу [3, 4].

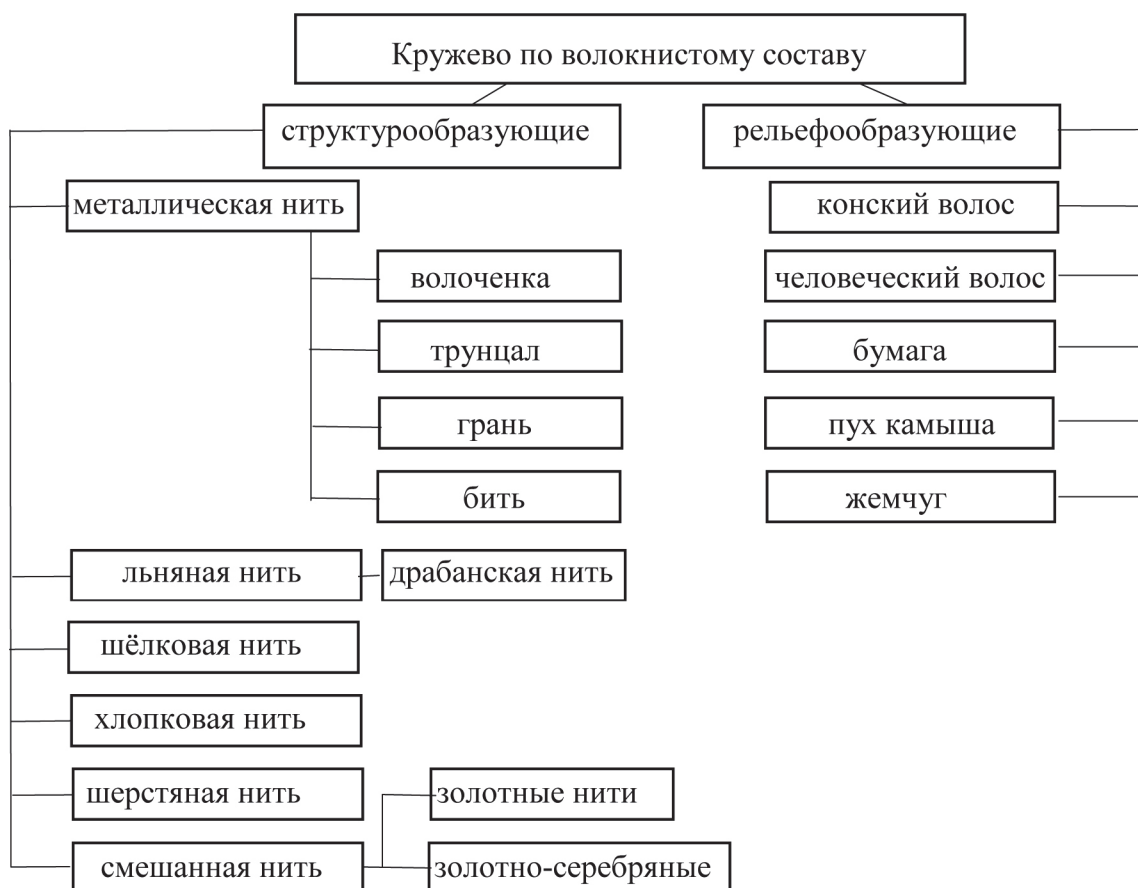


Рис. 3. Классификация кружева по волокнистому составу

Структурообразующей основой кружева являются нити. Для дополнительного обогащения орнаментальной структуры кружева использовались рельефообразующие вспомогательные материалы, которые вплетались в структуру кружева одновременно с плетением орнамента, создавая объёмный рельеф на плоскости кружева.

Результаты исследования и выполненные классификации будут использованы для совершенствования процессов проектирования изделий из кружевных полотен, таких как: выбор средств формообразования, выбор технологий изготовления и способов соединения деталей в костюме, а также выбор композиционно-художественного решения.

Материалы исследования могут быть полезны дизайнерам костюма, исследователям народного декоративно-прикладного творчества, музейным работникам, педагогам и художникам, создающим композиции или изделия с использованием кружева.

1. Шапиро, Б. История кружева как культурный текст. – Москва: «НЛО», 2018. – 361 с.
2. Ершов С.П. Елецкие кружева и кружевницы. Историко-экономический очерк. – Елец, 2002. – 129 с.
3. Пономаренко, Л.П. Старинные секреты плетения кружев. – Ростов-н/Д., Феникс, 2001. – 344 с.
4. Давыдова С.А. Русское кружево и русские кружевницы. Исследование историческое, техническое, статистическое. – Санкт-Петербург, Типография А.С. Суворина, 1892. – 181 с.
5. Шенер Ф. Кружево. Технология ручного и машинного производства. – Москва, Легпромбыт-издат, 1990. – 165 с.

ВЫЯВЛЕНИЕ МНЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ г. ВЛАДИВОСТОКА ОБ ИМИДЖЕ МАГАЗИНОВ ОДЕЖДЫ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

Д.В. Шаймуратова

бакалавр

Л.А. Мельникова

канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье приводятся методы анализа компонентов имиджа торговой организации, сделана попытка расчета показателей имиджа магазина «Befree».

Ключевые слова: *маркетинговая деятельность, имидж организации, конкуренция, анализ.*

FINDING OUT VLADIVOSTOK RESIDENTS' OPINIONS ON THE IMAGE OF RUSSIAN CLOTHING BRANDS

The article provides the methods for analyzing the components of the trading organization image, an attempt has been made to calculate the indicators of the «Befree» store image.

Keywords: *marketing activity, company image, competition, analysis.*

Коммерческая деятельность торгового предприятия состоит из целого ряда торгово-организационных операций и управления ими. Основой осуществления данной деятельности являются теоретические и практические знания об организации и техники осуществления торговых операций [1]. Однако, в настоящее время, помимо знаний об организации и технике осуществления торговых операций для любой коммерческой организации важно такое понятие как «имидж».

Имидж организации выражается в определенных ценностях, которые позволяют выделиться среди конкурентов. Одними из составляющих имиджа являются известность среди потребителей и деловая репутация. По результатам ряда исследований было выявлено, что более 90 процентов потребителей желают покупать товар только у социально-ответственных компаний [2].

Многие современные торговые организации имеют положительную деловую репутацию, распознаваемый бренд, реализуют товары под собственными торговыми марками, используют современные кинологические разработки. Малоизвестные торговые организации могут воспользоваться преимуществом франчайзинга.

Первое впечатление потребителя о продукте не обязательно приводит к использованию этого ассортимента. Маркетинг и связи с общественностью играют важную роль [3].

В статье объектом исследования выступает деятельность торговых организаций г. Владивостока, которые занимаются продажей одежды российского производства.

Для максимальной полноты анализа имиджа магазина потребуется изучить следующие контактные аудитории:

1. Потребители. Для магазина это самая главная контактная аудитория. Основные методы исследования потребителей: фокус-группы (или глубинные интервью) и опросы посетителей магазина в форме личных формализованных интервью [4].

Разработанная нами анкета для опроса потребителей содержит серию биполярных утверждений в виде шкалы. Задача респондентов – зафиксировать свою оценку в виде отнесения к определенному полюсу шкалы с определенной границей. Часть анкеты для изучения мнений потребителей относительно магазина на основе семантического дифференциала приведен в табл. 1. Мы ставили целью оценить имидж магазинов, которые выступают конкурентами в своей нише. Для удобства проведения опроса респондентам были выданы специальные карточки-подкрепления с изображением шкалы, что облегчило им оценивание. Приведем пример оценки для одного из магазинов.

Таблица 1

Оцените, пожалуйста, в какой степени приведенные ниже характеристики соответствуют магазину «Vefree»

Критерий	1	2	3	4	5	6	7	Критерий
Низкие цены	сильно	средне	слабо	никак	слабо	средне	сильно	Высокие цены
Узкий ассортимент	сильно	средне	слабо	никак	слабо	средне	сильно	Широкий ассортимент
Теплая атмосфера	сильно	средне	слабо	никак	слабо	средне	сильно	Холодная атмосфера
Недружелюбный персонал	сильно	средне	слабо	никак	слабо	средне	сильно	Дружелюбный персонал
Удобное местоположение	сильно	средне	слабо	никак	слабо	средне	сильно	Неудобное местоположение
Традиционный	сильно	средне	слабо	никак	слабо	средне	сильно	Современный

Как видим, мы расположили положительные или отрицательные оценки не только с одной стороны: они случайно перемешаны, чтобы избежать отрицательного воздействия «галло-эффекта», который заключается в том, что если первый оцениваемый магазин имеет более высокие оценки (левая сторона анкеты) по сравнению со вторым магазином, то респондент будет иметь тенденцию и дальше ставить оценки слева, то есть оценки одного магазина будут «наводить» оценки другого.

Второй используемый нами метод – это оценка по факторам выбора (факторам привлекательности) магазинов имеет более практичную направленность, поскольку отражает рациональную (сознательную) мотивацию покупательского поведения [5].

При этом подходе вначале, на базе результатов фокус-групп, определили факторы, определяющие для потребителей степень привлекательности предприятий торговли сходного формата (факторы выбора) [6]. Так как факторы выбора важны для покупателей в разной степени, мы определили важность каждого из факторов привлекательности. Для этого на основе опроса потребителей присвоили коэффициент весомости (вес). Вес фактора может изменяться в пределах от 0 до 1, а в сумме веса всех факторов должны давать 1. Система значимости факторов выбора магазинов приведена в табл. 2.

Таблица 2

Система и значение факторов привлекательности магазинов

№ п/п	Фактор привлекательности (выбора)	Коэффициент весомости (вес фактора)
1	Уровень цен	0,19
2	Широта ассортимента	0,16
3	Качество предложенных товаров	0,18
4	Культура обслуживания	0,14
5	Удобство размещения относительно других объектов социально-культурного назначения	0,11
6	Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	0,1
7	Режим работы	0,05
8	Интерьер магазина	0,04
9	Посещаемость потребителями	0,03
	Сумма весов	1

Далее мы разработали качественно-количественную шкалу для оценки магазинов по всем факторам выбора, что облегчило потребителям процесс оценивания. При проведении опросов респондентам мы выдали карточки с описанием шкал оценки. Например, такой фактор как уровень цен может быть оценен в разных магазинах с помощью шкалы, приведенной в табл. 3.

Таблица 3

Пример шкалы оценки магазина по фактору «Уровень цен»

№ п/п	Фактор выбора	Оценка, баллы (1-5)				
		5 (отлично)	4 (хорошо)	3 (удовл.)	2 (неудовл.)	1 (плохо)
1	Уровень цен	Цены ниже средних и полностью удовлетворяют потребителей при соответствующем качестве товаров и обслуживания	Цены средние и полностью удовлетворяют потребителей, соответствуют качеству товаров и обслуживания	Цены выше средних, но удовлетворяют потребителей при соответствующем качестве товаров и обслуживания	Цены существенно завышены и не удовлетворяют потребителей	Цены слишком завышены и не соответствуют качеству товаров и уровню обслуживания

Затем в соответствии с разработанной шкалой оценок на базе результатов опроса потребителей определили привлекательность магазинов. Для этого респонденты оценивали каждый магазин по каждому из факторов привлекательности (выбора) по пятибалльной шкале (кстати, она наиболее удобна для проведения массовых опросов, хотя можно использовать также пяти- или десятибалльную шкалы).

Имея среднебалльную оценку на вес фактора, мы рассчитали взвешенную оценку магазина по данному фактору. Сумма средневзвешенных оценок по всем факторам для конкретного предприятия дала общий оценочный балл – интегральную оценку привлекательности.

Таблица 4

Итоги оценки

№	Показатели	«Befree»	«Зола»	«Gloria Jeans»	«O’стин»	«ТВОЕ»
1	Уровень цен	3	5	3	2	2
2	Широта ассортимента	4	5	4	3	5
3	Качество предложенных товаров	3	5	3	4	4
4	Культура обслуживания	5	4	5	4	3
5	Удобство размещения относительно других объектов социально-культурного назначения	4	3	4	5	3
6	Удобство размещения относительно наличия транспортных сообщений	3	5	3	2	2
7	Режим работы	4	4	4	3	5
8	Интерьер магазина	3	5	3	4	3
9	Посещаемость потребителями	5	5	5	4	4

После этого отразили данные анализа на рис. 1.



Рис. 1. Оценка клиентами имиджа магазина «Beefree»

Далее мы использовали метод анкетирования фокусной группы. В фокусную группу вошли покупатели магазина, опрос производился через Google-форму дистанционно, по заранее разработанной анкете.

Опрашиваемые сопоставляли деятельность магазинов «Befree», «Зарина», «О'стин», «Золла» и «Варра» по таким показателям, как:

- 1) общее визуальное впечатление от магазина;
- 2) удобство раскладки продукции в магазине;
- 3) срок службы изделий;
- 4) качество изделий;
- 5) стоимость изделий.

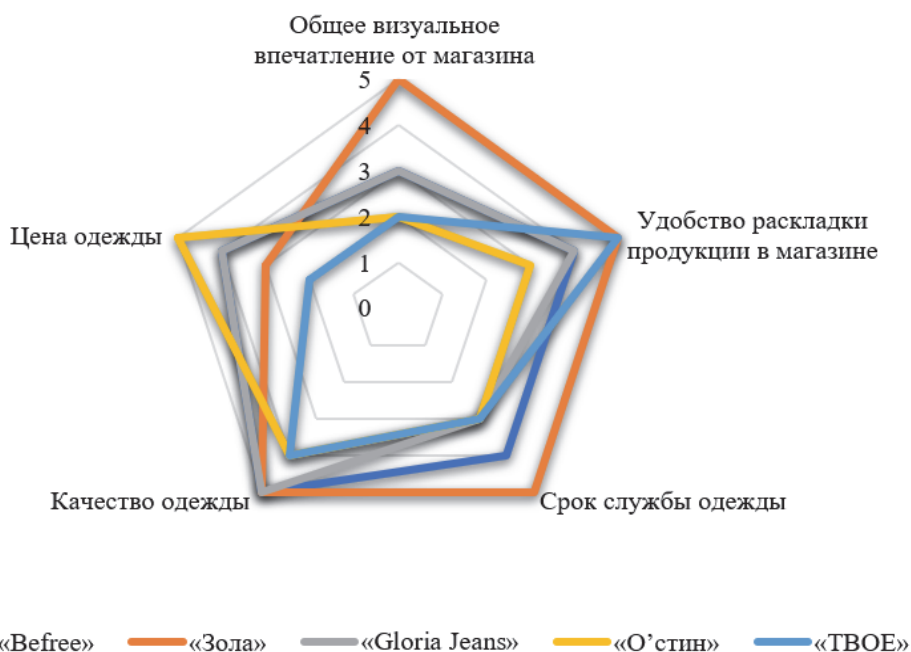


Рис. 2. Многоугольник конкурентоспособности магазина «Beefree» по итогам анкетирования

Результаты опроса приведены в табл. 5.

Сравнительный анализ магазинов одежды, г. Владивосток

Критерий	«Befree»	«Зола»	«Gloria Jeans»	«О’стин»	«ТВОЕ»
Общее визуальное впечатление от магазина	3	5	3	2	2
Удобство раскладки продукции в магазине	4	5	4	3	5
Срок службы одежды	4	5	3	3	3
Качество одежды	5	5	5	4	4
Цена одежды	4	3	4	5	2
1 очень плохо; 2 – плохо; 3 – средне; 4 – хорошо; 5 – отлично					

На основании данных таблицы 5 построили многоугольник конкурентоспособности на рис. 2.

Таким образом, видим, что имидж магазинов одежды российских производителей в г. Владивостоке в целом схож, их имиджевые показатели определены, прежде всего, тем, что компании работают в условиях снижения плотности конкурентной среды, вынуждены повышать стоимость продаваемых товаров по причине кризиса поставок тканей, роста стоимости грузоперевозок и на фоне всего этого так или иначе нуждаются в совершенствовании процесса стимулирования продаж. Если у продукции повышается цена, то покупатели сразу же отмечают это как недостаток имиджа [8]. В некоторых магазинах имиджевые недостатки связана с ошибками в визуальном оформлении торгового пространства и раскладке продукции.

1. Курова Е.В., Лавринова О.С. Мерчандайзинг прикассовой зоны в магазинах розничной торговли // Роль студенческой науки в развитии экономики и кооперации. – 2013. – С. 23–26

2. Тарасова Е.Е., Бочарова Н.А. Направления совершенствования торгово-технологического процесса в предприятиях розничной торговли на основе мерчандайзинга // Молодежь и кооперация: инновации и творчество. – 2016. – С.17–22

3. Афанасьева М.С. Роль мерчандайзинга в продвижении товаров на предприятиях розничной торговли // Кооперация без границ: расширение рамок социальной экономики. – 2017. – С.13–19

4. Борисов Е.Ф. Коммерческая деятельность: учебник для студентов вузов по направлению и спец. «Экономика в торговле». – Москва: Юристъ, 2019. – 568 с.

5. Войткевич Н.И. Маркетинговые решения и решения в области маркетинга предприятий розничной торговли // Российская наука: актуальные исследования и разработки. – Самара, 2020. – С. 118–121.

6. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление. – Москва: Феникс, 2019. – 533 с.

7. Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт, 2021. – 559 с.

8. Крутякова Т.Л. Коммерческая деятельность. – Москва: АйСи Групп, 2019. – 224 с.

Секция. КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

УДК 379.82

ПОРТРЕТ СТУДЕНТА ВВГУ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В КИНО

А.Э. Антонюк, Д.Д. Соломова, В.С. Лазарев
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Данная статья исследует предпочтения студентов Владивостокского государственного университета в кино и их связь с индивидуальными характеристиками обучающегося. Кроме того, в статье рассмотрены различные паттерны поведения в просмотре фильмов и сериалов и с их учетом выведены рекомендации.

Ключевые слова: кино, предпочтения, студенты, жанры, паттерн.

PORTRAIT OF A VVSU STUDENT WITH REGARD TO THE PREFERENCES IN CINEMA

This article explores the preferences of Vladivostok State University students in cinema and their relationship with the individual characteristics of the student. In addition, the article discusses various patterns of behavior in watching movies and TV shows and makes recommendations based on them.

Keywords: cinema, preferences, students, genres, pattern.

Актуальность

В условиях современного общества жизнь человека протекает в очень быстром темпе, каждая минута жизни у человека на счету. Когда у нас появляется свободное время, оно ценится на вес золота. В связи с этим проблема правильной организации свободного времени представляет интерес для исследования и является актуальной для студентов ВВГУ.

Научная новизна

Новизна обусловлена актуальным анализом связей между предпочтениями студентов в кино и их качествами, а также выявлением паттернов обучающихся разных курсов и направлений. Кроме того, данная статья помогает выявить закономерности в привычках молодежи, которые интересуются фильмами и сериалами, и позволяет не только глубже проанализировать данную отрасль в целом, но и дать рекомендации студентам.

Цель и задачи

Целью социологического исследования является выявление особенностей времяпрепровождения студентов и их предпочтений в кино.

Задачи исследования были поставлены следующие:

1. Провести анкетный опрос среди студентов ВВГУ о их интересах и предпочтениях в индустрии кино.

2. Отобразить данные в графиках.

Проанализировать полученные данные на предмет жанровых предпочтений, количества времени, затрачиваемого на просмотр кино и сериалов, и наличия свободного времени в целом у студентов разных курсов и направлений.

Сделать выводы на базе полученных в ходе исследования результатов.

Разработать рекомендации по правильному планированию свободного времени.

Методы исследования

Использовались такие методы исследования как анализ данных, сравнительный анализ и описательный анализ. Методом сбора информации является анкетный опрос.

Полученные результаты

Большинство наших опрошенных обучаются на 1 курсе на направлениях Прикладная математика и Программная инженерия. Студенты главным образом свободны в выходные дни, однако первокурсники чаще выбирали вариант «занят 3 дня в неделю». Учащиеся практически всех направлений предпочитают смотреть как фильмы, так и сериалы, однако студенты специальностей Информационные технологии и системы, Психология и Сервис более склонны к просмотру фильмов.

В основном, опрошенные относятся к категории от 18 до 20 лет. Большая часть студентов (как среди мужчин, так и среди женщин) предпочитает смотреть кино и сериалы бесплатно в интернете или на различных стриминговых сервисах.

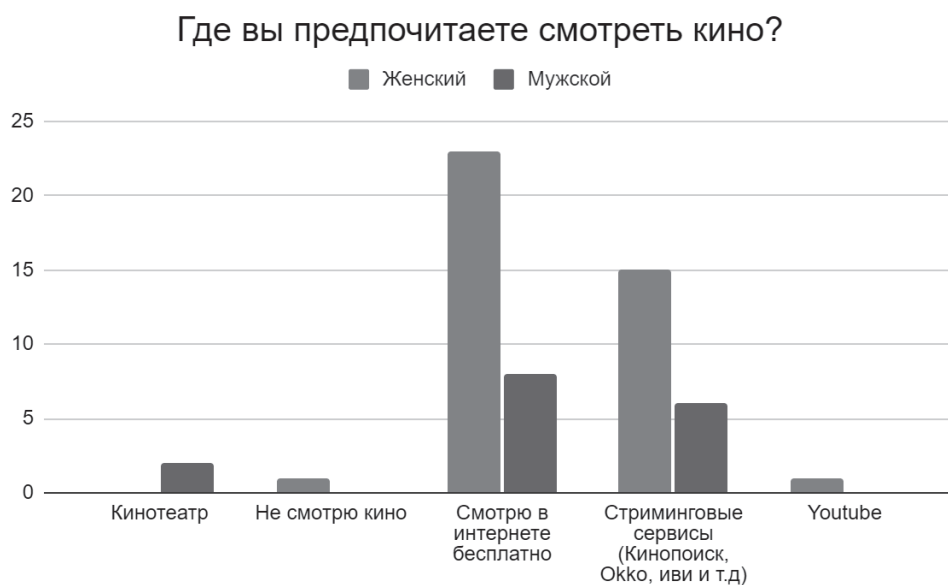


Рис. 1. Предпочтения женщин и мужчин в выборе платформы для просмотра кино

Наши студенты готовы тратить на просмотр фильмов не более 4 часов в день, при этом женщины чаще выбирали вариант «1–2 часа», мужчины же – «3–4 часа». Стоит отметить, что среди опрошенных также преобладал вариант «Не смотрю кино и сериалы».

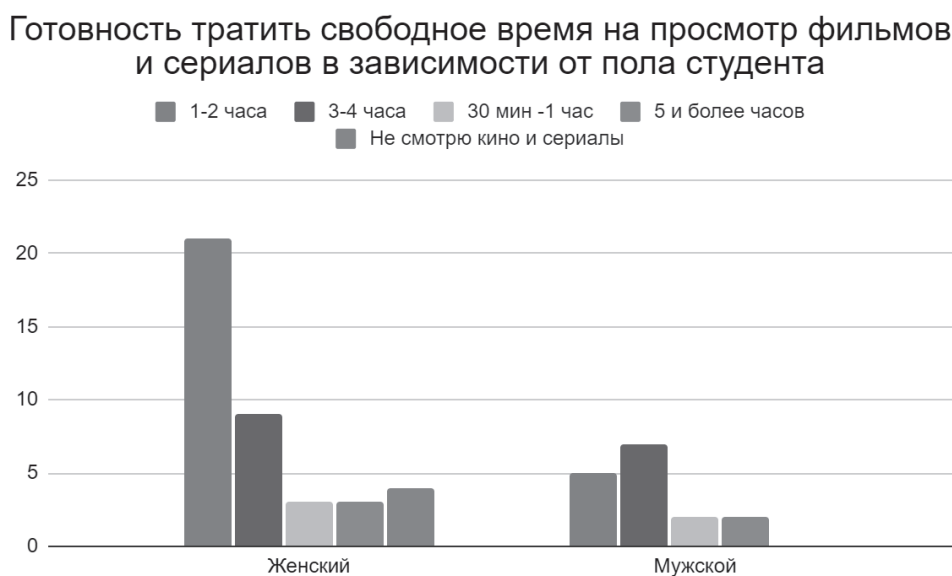


Рис. 2. Сколько свободного времени готовы тратить мужчины и женщины на просмотр кино

Рассмотрим жанровые предпочтения. В ходе исследовательской работы нам удалось выявить несколько паттернов. Например, женщины чаще выбирают смотреть комедии, мультфильмы и детективы, а мужчины – аниме, фантастику, драмы и боевики. Из нелюбимых жанров в обеих группах самыми популярными стали мелодрамы, реалити-шоу и хорроры.

Среди жанровых предпочтений по направлениям обучения лидируют комедии. Хорроры, аниме и мультсериалы выбирают 3 из 4-х обучающихся направления психологии. Все студенты Бизнес-информатики своим любимым жанром назвали аниме, а мультфильмы и мультсериалы завоевали симпатию всех опрошенных по направлению Программная инженерия. Стоит также отметить, что мультфильмы никто из опрошенных не называл своим нелюбимым жанром кино.

Таблица 1

Любимые жанры кино

Жанр	Мужчины, %	Женщины, %
Комедия	9 (56)	30 (75)
Фэнтези	5 (31)	19 (48)
Фантастика	7 (44)	21 (53)
Исторические	5 (31)	12 (30)
Драма	7 (44)	14 (35)
Мелодрама	2 (13)	11 (28)
Триллер	3 (19)	10 (25)
Хоррор	3 (19)	13 (33)
Документальные	3 (19)	14 (35)
Боевик	7 (44)	7 (18)
Детектив	5 (31)	22 (55)
Реалити-шоу	0 (0)	11 (28)
Семейный	0 (0)	11 (28)
Аниме	11 (69)	18 (45)
Мультфильмы	7 (44)	27 (68)
Мультсериалы	5 (31)	20 (50)

Обратим внимание также на определенные фильмы и сериалы, которые были просмотрены респондентами последними. В основном такими фильмами оказались недавно вышедшие в кинотеатр и на прокат, а также фильмы, которые можно отнести к «вечной классике». Популярными среди студентов сериалами оказались: «Джинни и Джорджия», «Король и Шут», «Постучись в мою дверь», «Уэнсдей» и «Моя прекрасная няня».

В результате работы была обнаружена закономерность: чем меньше часов человек готов тратить на просмотр фильмов и сериалов в день, тем чаще он отдает предпочтение новинкам кино. Так, студенты, которые смотрят фильмы и сериалы более 5 часов в день, чаще выбирали «вечную» классику кино (к таковой относились такие фильмы и сериалы, как «Шоу Трумана», «Шерлок», «1+1», «Игра престолов» и «Драйв»), а те, кто выбрал вариант «Не смотрю фильмы и сериалы», указали среди последних просмотренных картин «Аватар 2: Путь воды», «Уэнсдей» и «Эйфория».

Несмотря на разность предпочтений, большая часть опрошенных склонна смотреть именно новинки кино. Так, например, очень часто в опросе встречались фильмы «Чебурашка», «Аватар 2: Путь воды», «Кот в сапогах 2: Последнее желание».

Выводы

В ходе выполнения исследовательской работы были выявлены особенности время проведения учащихся, их предпочтения в кино и привычки, а также разработаны следующие ниже рекомендации.

1. Не злоупотребляйте просмотром фильмов и сериалов. Важно найти баланс между учебой и развлечением.
2. Выбирайте качественные фильмы и сериалы. Исследуйте рейтинги, отзывы и рекомендации перед просмотром. Обращайтесь также к результатам различных кинопремий.
3. Придерживайтесь своих предпочтений и интересов. Изучите жанры, которые вам нравятся, и выбирайте фильмы и сериалы, которые соответствуют вашим интересам.
4. Используйте просмотр фильмов и сериалов как способ изучения языка. Смотрите фильмы на языке, который вы изучаете, с субтитрами на этом же языке.
5. Обсуждайте фильмы и сериалы с друзьями и семьей. Это поможет вам лучше понять сюжет и персонажей, а также поучаствовать в интересных дискуссиях.

В целом, просмотр фильмов и сериалов может быть полезным и интересным способом проведения досуга студентов ВВГУ.

Однако необходимо помнить о других видах досуга, которые могут быть также интересны и полезны для учащихся. Например, чтение книг может стать отличным способом расширения кругозора и развития интеллектуальных способностей. Занятия спортом помогут поддерживать здоровье и хорошую физическую форму, а также улучшить настроение и повысить энергетику. Общение с друзьями и семьей также является важным аспектом досуга, который помогает учащимся расслабиться и получить эмоциональную поддержку.

При выборе видов досуга необходимо учитывать свои интересы и потребности, а также находить баланс между разными видами отдыха. Слишком частый просмотр фильмов и сериалов может привести к привыканию к одному и тому же, что может привести к упущению возможностей открыть для себя что-то новое. Кроме того, следует помнить о мере и не увлекаться просмотром до тех пор, пока это не начинает влиять на учебу и здоровье. Таким образом, выбор видов досуга должен быть осознанным и разнообразным, чтобы студенты ВВГУ могли получить максимальную пользу и удовольствие от своего свободного времени.

УДК 316.776.3

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИЁМЫ ПОСТРОЕНИЯ ДИДЖИТАЛ-КОММУНИКАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ НА ПРИМЕРЕ ВВГУ

А.Д. Зиновьева
бакалавр

Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Диджитал-коммуникации в современной культуре являются одним из важнейших факторов, оказывающих большое влияние на качество взаимодействия между компанией и клиентом, это же относится и к образованию. Статья раскрывает формы информационно-коммуникационных технологий, которые применяются в современных высших учебных заведениях в условиях цифрового образовательного пространства.

Ключевые слова: *диджитал-коммуникации, цифровые коммуникации, абитуриент, высшее учебное заведение, студенчество, цифровизация образования, digital-технологии*

MODERN METHODS OF BUILDING DIGITAL COMMUNICATION IN THE EDUCATIONAL SPACE ON THE EXAMPLE OF VVSU

Digital communications in modern culture are one of the most important factors that have a great impact on the quality of interaction between a company and a client, the same applies to edu-

cation. The article reveals the forms of information and communication technologies that are used in modern higher education institutions in the digital educational space.

Keywords: *digital communications, digital communications, entrant, higher education institution, students, digitalization of education, digital technologies.*

В условиях рыночной экономики высшие учебные заведения сталкиваются с конкуренцией как в процессе привлечения абитуриентов, так и в процессе обучения студентов. Позитивный имидж позволяет успешно привлекать абитуриентов и определять перспективные направления развития образования. Сегодня престиж и имидж вуза являются важным направлением в продвижении образовательного учреждения.

Актуальность темы исследования заключается в том, что диджитал-коммуникации в образовательном пространстве становятся важным фактором конкурентоспособности высшего учебного учреждения.

Диджитал-коммуникации в вузе сегодня – «это не только доступ в интернет, это еще и полное погружение образовательного процесса в информационное познание, что подразумевает овладение информацией, возможностью ее сбора, обработки, хранения и техники использования в образовательном процессе. На основе цифровых и информационных технологий в университетах формируются учебные планы, рабочие программы, методические и презентационные материалы и, как следствие, вопрос о развитии и внедрении цифровых коммуникаций в образовательный процесс вуза сегодня является актуальным для всех субъектов образовательного пространства» [1].

Объект исследования – диджитал-коммуникации.

Предмет исследования – диджитал-коммуникации в образовательном пространстве.

Цель научной работы – исследовать современные приёмы построения диджитал-коммуникации в образовательном пространстве на примере вузов г. Владивостока.

Задачи данной исследовательской работы:

1. Проанализировать теоретические подходы к определению основных понятий по теме исследования.
2. Выявить особенности построения диджитал-коммуникаций в образовательном пространстве.
3. Провести эмпирическое исследование и сравнительный анализ каналов коммуникаций ВВГУ и ДВФУ.
4. Разработать предложения по совершенствованию каналов диджитал-коммуникаций для ВВГУ.

Методология исследования

В основе исследования лежит адаптационный подход. Методы анализа и синтеза: анализ сайтов и социальных сетей. В практической части исследования проведен анализ существующих каналов диджитал-коммуникаций в вузах г. Владивостока с помощью методов анкетирования, метода сравнительного анализа, анализа сайтов и социальных сетей. Большой блок исследования проведен благодаря использованию метода структурирования, целью которого было выявить взаимодействия элементов внешних и внутренних коммуникаций.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что российская система высшего образования находится в условиях социальной трансформации, связанной с объективной необходимостью формирования диджитал-коммуникаций, включающих как основную информационную платформу, удобную как для школьников, будущих абитуриентов, студентов, так и для их родителей.

Диджитал-коммуникации способны дотянуться практически до любого современного человека: по данным Mediascore за 2020 год, ежедневно в Интернет по России выходит порядка 87 млн человек. А 95,6 млн человек (78,1 % взрослого населения страны) выходит в Сеть хотя бы раз в месяц. Это значит, что любая организация может встретиться здесь со своей целевой аудиторией. [2].

Отличия диджитал-коммуникаций от традиционных офлайн коммуникаций:

1. Традиционные офлайн коммуникации основаны на субъект-объектном подходе, то есть предполагают «монолог» с потребителем со стороны организации. Диджитал-коммуникации носят интерактивный субъект-субъектный характер и предполагают онлайн взаимодействие с потребителем (диалог).

2. Инструментарий онлайн коммуникаций ограничен возможностью площадок и поэтому изготавливается индивидуально для каждого интернет-ресурса.

3. Измеримость. В диджитал-среде существует возможность проводить измерение в реальном времени, а также сами инструменты для измерения эффективности постоянно развиваются и совершенствуются, что позволяет получать объективную картину об эффективности.

На сегодняшний день понятие «диджитал-коммуникаций» в современной литературе осмыслено недостаточно полно. Большая часть исследований проводится специалистами практиками, и эти работы носят публицистический характер, каждый из авторов пользуется своей терминологией и собственными категориями классификаций, что лишает в целом данное направление комплексного теоретического осмысления.

В тематической литературе сейчас активно используются следующие понятия: цифровые коммуникации, digital-коммуникации, интернет-коммуникации и онлайн-коммуникации. Данные термины являются отчасти синонимичными друг другу [3].

«Digital» в переводе с английского языка означает «цифровой». То есть digital можно интерпретировать как цифровую среду.

Коммуникация как термин появляется в научной литературе только в начале XX в. Автор этого термина, американский социолог Чарльз Кули, определил коммуникацию как «механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений – все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени» [4].

В данном исследовании мы опирались на определение «коммуникация», данное специалистом в области массовых коммуникаций, Д.П. Гавра «коммуникация – это эффективное синхронное и диахронное взаимодействие, целью которого является передача информации от одного субъекта взаимодействия к другому» [5].

Рассматривая теоретические подходы к определению понятий по теме исследования, были выделены следующие характеристики, касающиеся основного направления исследования

Диджитал-коммуникации представляют собой современный способ целенаправленного воздействия на общество и используют всевозможные цифровые каналы взаимодействия с целевой аудиторией: смартфон, планшет, компьютер, телевидение и т. д.

С.В. Никифорова и С.В. Совершаева рассматривают диджитал-коммуникации (цифровые коммуникации) как «весь разнообразный спектр коммуникаций компании с потребителями, осуществляемый на основе интернет-технологий и имеющий интерактивный онлайн характер».

Е.А. Алешугина определяет диджитал-коммуникации как «совокупность методов, процессов и программно-технических средств для сбора, обработки, хранения, распространения и использования информации в интересах пользователей» [8].

Таким образом, диджитал-коммуникации – это совокупность коммуникативных актов, совершаемых в цифровой среде с использованием различных каналов.

На сегодняшний день маркетологи рассматривают инструменты диджитал-коммуникаций как наиболее действенное средство для решения маркетинговых, рекламных, брендинговых и PR-задач. В дополнении к основным функциям цифровых коммуникаций, таким как информационная, напоминающая, убеждающая, имиджевая, созидательная, цифровые коммуникации обладают функцией таргетирования – создания чёткого, индивидуального предложения для определённой группы людей со схожими потребностями.

Цифровые коммуникации позволяют напрямую обращаться к целевой аудитории. Используя цифровую коммуникацию можно получить объективные подробные данные о своей аудитории: демографические (пол, возраст, географическое положение), особенности поведения (хобби, вкусы, увлечения) и т.п. Такую информацию гораздо сложнее получить с помощью офлайн-инструментов. Анализ этих данных даст возможность более точно выстраивать имидж, при необходимости менять тактику или канал общения.

Рассмотрим подробнее специфику наиболее известных цифровых каналов и инструментов, которые могут быть эффективно использованы такой организацией как вуз.

Коммуникация – компонент социального капитала организации. Университет как образовательная организация обладает своим социальным капиталом, который позволяет функционировать ему успешно и эффективно (с позиции получения студентами образования, а также реализации его основных функций).

Каналы коммуникации, используемые в процессе передачи информации, должны обладать рядом характеристик для того, чтобы информация доходила до студентов и до преподавателей вовремя, а также, чтобы она была актуальна и достоверна.

Под коммуникацией в вузе понимается процесс, благодаря которому осуществляются следующие действия: администрация предоставляет информацию студентам и всем сотрудникам университета; координируется деятельность подразделений вуза, происходит обмен информацией между всеми участниками образовательного процесса.

Общими для большинства вузов являются такие каналы коммуникации: официальный сайт, группы в социальных сетях, электронная почта, личный кабинет студента, стенды в университете.

Эффективным каналом коммуникации можно назвать тот канал, который, во-первых, позволяет информировать сотрудников и студентов своевременно. Каналы коммуникации могут стать «ключом» к созданию внутри организации наиболее надежных отношений между теми, кто принадлежит к разным группам. Это улучшает психологическую обстановку в организации, способствует развитию корпоративной культуры и социального капитала, соответственно. Во-вторых, это тот канал коммуникации, которому доверяют, то есть верят в то, что полученная информация истинная, обладает новизной, понятна потребителю [4].

Диджитал-коммуникации позволяют студентам интерактивно общаться в ходе разработки проекта, согласовывать его структуру, содержание и стадию выполнения. Сегодня никто не станет отрицать высокую активность студенчества в социальных сетях, – это необходимо и важно использовать в образовательном процессе.

Активность в социальных сетях достигает высоких показателей, среднестатистический пользователь просматривает более ста страниц в сутки. К этому показателю стремятся многие интернет-проекты. Подавляющее большинство пользователей Интернета пользуются сетью ради социальных медиа, что выделяет их в уникальную в своем роде аудиторию.

Социальные сети способствуют ежедневному наблюдению за нововведениями, поиску медиа и его распространению среди пользователей. Сегментирование уникальной аудитории социальных медиа увеличивает результативность инструментов маркетинга и помогает повышению эффективности взаимодействия с пользователями – что является одной из основных целей диджитал-коммуникаций.

Студенты различных направлений, таких как сервис, маркетинг, реклама связи с общественностью и т.д. должны изучать digital-технологии, digital-коммуникации не только для референтного общения, но и для профессиональной деятельности. Сегодня социальные сети – это база данных, которую можно использовать (при глубоком и профессиональном изучении) для разработки стратегии деятельности компании, для выработки новых и привлекательных решений для потенциальных потребителей, способных привлечь внимание к отдельной компании, ее товарам или услугам.

С целью анализа проблем и тенденций развития диджитал-коммуникаций в образовательном пространстве ВВГУ был проведен опрос в форме интервью, в котором приняли участие 50 респондентов: школьники 10–11 классов, участники пилотной смены и родители школьников.

По результатам анкетирования, на вопрос: «Где чаще всего находите информацию о вузе, об предстоящих мероприятиях в вузе?»: 29% респондентов находят на официальном сайте вуза, 71% – получают информацию от учителей школы.

Участникам пилотной смены был задан вопрос: «Как вы узнали информацию о пилотной смене?». Результаты следующие: 49% опрошенных узнали информацию о пилотной смене от учителей своей школы, 32% со дня открытых дверей и только 19% с официального сайта университета.

Для абитуриентов основным каналом является информация, полученная со школы. Многие из них не понимают навигацию сайтов вузов, не видят анонсов предстоящих событий и мероприятий. Для решения данной проблемы был проведен анализ официальных сайтов вузов города Владивостока с позиции абитуриента (табл. 1).

Анализ сайтов вузов города Владивостока

Критерии оценки	Дальневосточный федеральный университет	Владивостокский государственный университет	Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского	Дальневосточный государственный технический рыбохозяйственный университет	Тихоокеанский государственный медицинский университет
Информационность сайта	На сайте доступна вся информация, которая нужна для абитуриента, также предоставлена актуальная информация жизни вуза	На сайте присутствует вся информация о вузе, абитуриент может узнать, как о проходных баллах/стоимости обучения, так и о студенческой жизни	На сайте хорошо проработаны новости университета, но из-за проблем с интерфейсом нельзя посмотреть предметы, необходимые для поступления	На сайте не было найдено списков поступивших абитуриентов в прошлых годах, нет перечня предметов для поступления на нужный факультет	На сайте присутствует вся нужная информация для абитуриента
Визуальная составляющая	Визуально сайт выглядит хорошо. Цвета подобраны приятные, шрифт читабельный	Приятно для глаз подобраны цвета, удобный интерфейс, хорошо расположены вкладки	В некоторых моментах присутствует сложный, но читаемый шрифт, цвета подобраны хорошо, неудобное расположение вкладок	Сайт выглядит старомодно, в некоторых вкладках присутствуют яркие цвета, которые отталкивают, так как сам сайт выполнен в спокойных цветах	Визуально сайт выглядит неприятно, присутствуют темные оттенки на которых плохо видно текст, который приходится рассматривать
Полнота информации	Информация на сайте полная. Есть новости в которых написана вся актуальная информация	Во всех вкладках можно найти нужную абитуриенту информацию	На сайте предоставляется полная информация по университету, но есть проблемы с приемной комиссией сайта	Полная информация в новостях, рассказывающих о деятельности университета, в остальном, либо что-то отсутствует, либо вовсе чего-то нет	На сайте вся информация полная, начиная от проходных баллов, заканчивая новостями о студенческой жизни
Актуальность	Сайт данного университета актуален, все актуальные новости есть на сайте, также на сайте прикреплены списки студентов, поступивших в прошлых годах	На сайте публикуются все актуальные новости об университете, что не может не радовать	На сайте представлены актуальные новости университета	На сайте актуальны только новости вуза, нет списков с проходными баллами	На сайте данного университета, есть вся актуальная информация
Скорость работы сайта	Сайт работает быстро, без перебоев	Сервера работают без задержек, все прогружается быстро	Скорость сайта стабильная, приемлемая для пользования	Сайт работает стабильно, все прогружается быстро	Стабильная работа сайта

Эмпирической базой исследования выступили результаты анкетирования студентов ВВГУ и ДВФУ.

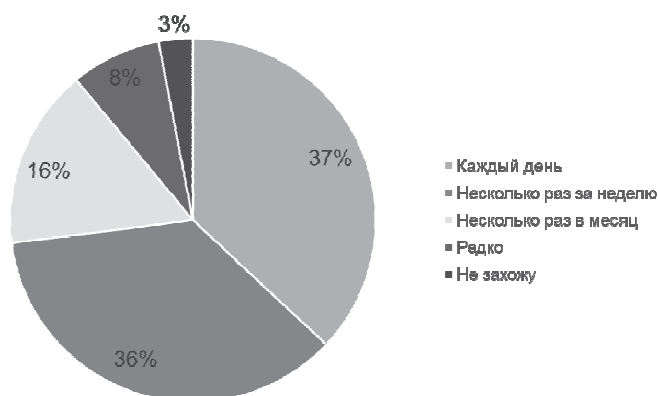


Рис. 1. Как часто вы заходите на сайт университета?

По результатам анкетирования, на вопрос: «Как часто вы заходите на сайт университета?»: 37% респондентов посещают сайт каждый день, 36% – несколько раз за неделю, 16% – несколько раз в месяц, 8% – редко, 3% – не заходят.

На вопрос: «С какой целью вы заходите на сайт университета?» 70% опрошенных ответили – зайти в личный кабинет/СЭО, 30% – произвести оплату онлайн, 25% – посмотреть новости и предстоящие события, мероприятия и пр.

Лидирующие позиции среди используемых каналов информации ВВГУ (помимо официального сайта) заняли: телеграмм-канал – 81% респондентов отметили его. В качестве второго по важности канала респонденты отметили Вконтакте – 57%. Самые не востребовавшие каналы получения информации: одноклассники, лишь 11% тех, кто пользуется этим каналом коммуникации.

Далее респондентам было предложено оценить информативность сайта по 5-балльной шкале. Результаты следующие: 5 баллов – 37,4% людей, 4 балла – 35,3%, 3 балла – 19,2%, 2 балла – 7,1%, 1 балл – 1%.

Свыше 34% опрошенных оценили навигацию по сайту на – 4,27% человек – 5,25% респондентов – 3.

Основными трудностями с которыми сталкиваются студенты при посещении – недостаток визуальной составляющей (40%) и трудно найти нужную информацию (52%).

Оценка визуальной составляющей сайта ВВГУ и других медиаресурсов университета следующая: 5 баллов – 25% человек, 4 балла – 36%, 3 балла – 31%, 2 балла – 7,1% и 1 балл – 2%.

Респонденты предложили следующие рекомендации по совершенствованию диджитал-коммуникаций в ВВГУ:

- изменить интерфейс сайта;
- упростить навигацию;
- регулярно обновлять информацию, без опозданий;
- улучшить категоризацию дополнительной информации на всех каналах коммуникации;
- оптимизировать поиск информации;
- добавить навигацию по вузу;
- обновить дизайн официального сайта.

Такой же опрос был проведен со студентами ДВФУ.

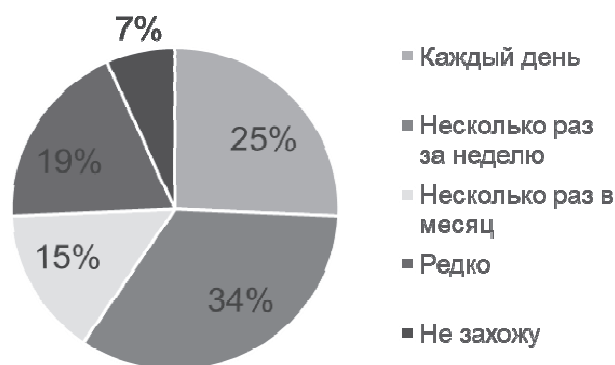


Рис. 2. Как часто вы заходите на сайт университета?

Студентам ДВФУ был задан вопрос: «Как часто вы заходите на сайт университета?» результаты следующие: 25 % человек – каждый день, 34 % – несколько раз за неделю, 15 % – несколько раз в месяц, 19 % – редко и 7 % – не заходят на сайт.

Главной целью посещения официального сайта является личный кабинет – 75 % респондентов.

По результатам анкетирования, на вопрос «Какими медиаресурсами вуза, кроме сайта, вы пользуетесь?»: 82 % респондентов используют телеграмм каналы, 79 % – Вконтакте, 10 % не используют медиаресурсы.

Также респонденты из ДВФУ оценили информативность сайта/вк/телеграмм-канала и др.: 35 % – ставят оценку 5, 34 % – 4, 25 % – 3, 4 % – 2, 2 % – ставят 1 балл.

Большинство студентов оценили удобство и навигацию на каналах коммуникации на хорошо (35 %) и удовлетворительно (30 %).

Основные трудности, с которыми сталкивались респонденты: много бесполезной информации (41 %) и трудно найти нужную информацию (51 %).

Оценка визуальной состав оценивалась по 5-балльной шкале, большинство ответов составили хорошо (32 %) и удовлетворительно (32 %).

Респонденты предложили следующие рекомендации по совершенствованию диджитал-коммуникаций в ДВФУ:

- опубликовать информацию своевременно;
- удалить неактуальную информацию;
- опубликовать анонсы событий;
- не выкладывать на официальный сайт информацию из социальных сетей;
- сделать учебные планы в свободном доступе;
- добавить калькулятор ЕГЭ;
- ускорить интерфейс.

В результате проведенного исследования выяснилось, что 73 % опрошенных (среди студентов ВВГУ) на регулярной основе посещают официальный сайт университета, он является для них основным каналом коммуникации с вузом. В ДВФУ данный показатель составляет 59 %. 72,5 % опрошенных среди студентов ВВГУ считают, что официальный сайт и другие каналы коммуникации достаточно информативны, при этом отметив пожелания по улучшению навигации и визуальной составляющей. Среди студентов ДВФУ данный показатель составил 69,3 %.

По результатам проведенного исследования автором разработаны следующие предложения по совершенствованию каналов диджитал-коммуникаций для ВВГУ:

1. Улучшение категоризации дополнительной информации, повышение доступности информации на каналах ВВГУ. Есть те каналы, над которыми нужно работать, чтобы увеличить уровень понимания, заинтересованности и доверия к ним со стороны преподавателей и студентов.

2. Большим спросом располагают дополнительные каналы коммуникации такие как: телеграмм-канал, официальная группа Вконтакте. Поэтому необходимо делать «упор» на них, постоянно публиковать информацию, следить за тем, чтобы она была актуальна.

3. Не стоит забывать о визуальной составляющей и лаконичности текста. Необходимо доносить до студентов важную информацию понятным и привлекательным для них способом.

Таким образом, успешное внедрение и интеграция диджитал-коммуникаций в образовательное пространство может привести к совершенно новому формату взаимодействия вуза и студентов. Коммуникации современного университета со своими аудиториями должны учитывать все возможные каналы: собственный сайт, социальные сети, наличие новостей на онлайн-информационных лентах, постоянная практика создания специальных мобильных приложений, позволяющих выходить различным аудиториям на сайт университета с любого мобильного устройства и пр.

1. Цифровые коммуникации – доминанта образовательного процесса в региональных вузах / Безобразова А.Г., Миргородская О.Н., Дадаян Н.А., Легконогих А.Н. // Современные наукоемкие технологии. 2019. №9. С. 122-125.

2. Mediascope подсчитал аудиторию Рунета за 2020 год. – Текст: электронный. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/mediascope-auditoriya-interneta-2020-46850.html>

3. Digital-коммуникации как инструмент продвижения товаров и услуг в сфере B2B. – Текст: электронный. – URL: https://revolution.allbest.ru/marketing/01184325_0.html
4. Борцова Е.С. История понятия «Коммуникация» в науке, философии, методологии и социальном управлении // Вестник Московского государственного университета печати. – 2015. – № 2
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 288 с.
6. Артюшина Е.В., Коренькова М.М. Исследование факторов удовлетворённости потребителей развитием диджитал-коммуникаций: ожидания и реальность // Вестник института социологии. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 118–135.
7. Никифорова С.В., Совершаева С.В. Эффективность маркетинговых коммуникаций в диджитал-среде
8. Алешугина Е.А., Ваганова О.И., Прохорова М.П. Методы и средства оценивания образовательных результатов студентов вуза // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-3. – С. 13–16.
9. Кропачева Д.С. Эффективность каналов коммуникации как элемента социального капитала организации (на примере ПГНИУ) // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. – 2020. – С. 172–176.
10. Кропачева Д.С. Эффективность каналов коммуникации как элемента социального капитала организации (на примере ПГНИУ) // Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе. Материалы VII Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. – 2020. – С. 172–176.

УДК 37.013.43

ВЫЯВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ ВВГУ

В.А. Мигашко

бакалавр

И.С. Кочеткова

канд. ист. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье проведён анализ региональной и социокультурной идентичности студентов Колледжа индустрии моды и красоты ВВГУ. В качестве инструментария использованы несколько вариантов опросника, в частности исследование А.Е. Кузнецова, О.А. Сычева, Н.Л. Зелянской и К.И. Белоусова, разработавших русскоязычную версию шкалы региональной идентичности Р. Асуна, К. Суньяга и Х.-Ф. Моралеса. Ещё одним вариантом явился опросники идентификации с регионом, представленный А.Н. Махининым и М.С. Коваленко. Использование данного инструментария позволило рассмотреть социокультурную и региональную идентичность студентов колледжа ВВГУ с позиций принадлежности региону, идентификации с территорией, культурой и населением региона.

Ключевые слова: *региональная идентичность, социокультурная идентичность, территориальная идентичность, региональная культура, образ региона.*

REVEALING THE SOCIO-CULTURAL IDENTITY OF VSGU STUDENTS

The article analyzes the regional and socio-cultural identity of the students of the College of Fashion and Beauty Industry VVSU. Several variants of the questionnaire were used as instruments, in particular the study of A.E. Kuznetsov, O.A. Sychev, N.L. Zelyanskaya and K.I. Belousov, who developed a Russian version of Asún, C. Zúñiga, and J.-F. Morales regional identity scale. Another option was the questionnaire of denotation with the region, presented by A.N. Makhinin and M.S. Kovalenko. The use of this toolkit allowed to consider socio-cultural and regional identity of VVSU college students from the position of belonging to the region, identification with the territory, culture and population of the region.

Keywords: *regional identity, socio-cultural identity, territorial identity, regional culture, image of the region.*

Введение

Характерной чертой современности является активная социальная мобильность населения. В данной статье рассматривается региональная и социокультурная идентичность как важный ценностно-смысловой компонент любого народа. Региональная идентичность и её важный аспект – социокультурная идентичность, характеризуются как структурно-подвижный феномен, что может проявляться в дифференцированном отношении индивида к своему месту жительства, природе, культуре, истории и населению. Настоящая статья посвящена задаче выявления характеристик степени принадлежности студенческой молодёжи к указанным выше структурным составляющим. Инструментом исследования региональной и социокультурной идентичности, выступают разработанные отечественными авторами методики.

Методология

В качестве инструментария использованы несколько вариантов опросника, в частности исследование А.Е. Кузнецова, О.А. Сычева, Н.Л. Зелянской и К.И. Белоусова, разработавших русскоязычную версию шкалы региональной идентичности Р. Асуна, К. Суньига и Х.-Ф. Моралеса. Еще одним вариантом явился опросник идентификации с регионом, представленный А. Н. Махиным и М.С. Коваленко. Процедура сбора данных была реализована автором статьи с помощью опроса, проведённого в формате онлайн среди студентов колледжа ВВГУ. Участие в опросе было добровольным. Использование данного инструментария позволило рассмотреть региональную и социокультурную идентичность студентов Колледжа индустрии моды и красоты ВВГУ с позиций принадлежности к региону, идентификации с территорией, культурой и населением региона.

Основная часть

В теоретическом ключе культурная идентичность рассматривается с разных методологических точек зрения и активно связана с психологией, социологией, философией и этнографией. Впервые в научный оборот понятие «идентичность» ввел З. Фрейд как маркер сохранения своей связи с этнической культурой [5, с. 25]. Понятие «идентичность» означает тождественность, одинаковость и связано с процессом идентификации (сопоставления одного субъекта с другим, проявления общих или специфических черт). В.С. Жидков основами культурной идентичности называет ее маркеры, к которым относит: землю предков (территорию); историю, прочитанную сквозь общественные идеалы и ценности; язык и культуру; национальный характер как доминирующую психологическую черту» [5, с. 26]; М.В. Заковоротная считает, что идентичность – это результат сохранения себя, а идентификация – механизм, процесс постоянного выбора, принятия норм, установок и традиций [3];

– как реальность, обобщающая процесс идентификации. Отсюда следует, что культурная идентификация представляет собой связь индивидуума с конкретной культурой или культурным обществом. Культурная идентификация, являясь испытываемыми чувствами индивида внутри определенной культуры, воспитывает ценностное отношение индивида к самому себе, другим индивидам, социуму и обществу в целом [5, с. 25].

Идентификацию рассматривают как процесс одновременно объективный и субъективный. По мнению П. Бергера и Т. Лукмана, сведения о своей идентичности заимствуются и постигаются человеком из окружающего социума [5, с. 25]. Затем в ходе взросления человека его культурная идентификация обретает более осмысленную направленность.

В эмпирических исследованиях региональной идентичности не ограничиваются осознанием принадлежности к группе жителей региона и придают большое значение переживанию связи с его природой и культурой [1, с. 209]

Причастность к определенной культуре и территории – это не заложенное в культуре само воспроизводство заданных моделей идентичности [4, с. 90]. Это всегда осмысленное и деятельное участие.

В целом, региональную идентичность рассматривают как вид или аспект социокультурной идентичности, содержание которой представлено совокупностью локальных традиций определенной территории (региона), в том числе уникальных историко-культурных, общественных, символических, экономических или даже топографических характеристиках конкрет-

ной территории (региона). При этом исследователи отмечают существование различных подходов к определению региональной идентичности, так, в ряде работ, оно является синонимом таким понятиям, как «идентичность региона» и «имидж территории» [2].

Исследовательская часть

Для выявления региональной и социокультурной идентичности молодежи, был проведен опрос 50 респондентов (студентов Колледжа индустрии моды и красоты ВВГУ).

78%, опрошенных удовлетворены качеством жизни, видят перспективу проживания в регионе.

81,3%, указали, что видят развитие Приморского края, улучшение качества жизни в нем.

62% подтверждают, что довольны происходящими культурными событиями во Владивостоке и в Приморском крае.

90% отметили, что им приятно, когда жители других субъектов РФ и иностранные гости оценивают наш край как интересный, видят его особенности.

56% респондентов чувствуют себя частью истории этого региона; 70% считают важным сохранять историческое наследие региона, чтобы как можно больше людей интересовались нашим краем и узнавали его.

При этом почти половина респондентов – 40,8% положительно ответили на вопрос о желании в ближайшее время переехать в другой регион. 54% не выбрали бы этот регион для проживания. 38% респондентов не устраивают культурные события, происходящие в регионе.

При выявлении культурных и социальных ассоциаций оказалось, что у 50% респондентов, г. Владивосток ассоциируется с морем и морским пейзажем. Самую высокую планку из числа известных личностей заняла музыкальная группа «Мумий Тролль», что составило 73%; у многих респондентов Владивосток ассоциируется с Владимиром Клавдиевичем Арсеньевым, который получил 52% голосов, 35% – ассоциируют Владивосток с личностью Геннадия Ивановича Невельского, а 33% – с Анной Ивановной Щетининой.

Одним из важных ресурсов формирования региональной идентичности является посещение культурных и культурно-образовательных учреждений. Одним из таких заведений является музей. Опрос показал, что 81% респондентов посещают музеи своего города, а 14% из них делают это очень часто. При этом 55% отвечающих при посещении музея заходят в сувенирный магазин. Это демонстрирует их желание ближе познакомиться с культурой и атрибутами края, возможно, приобрести вещь, которая будет напоминать о своей родной территории и поможет приобщиться к культурным особенностям края.

Исходя из результатов, можно сделать вывод, что многие молодые люди не чувствуют свою принадлежность к Приморскому краю, им не хватает событий и мероприятий, не устраивают аспекты проживания в данном регионе.

Вывод

Подводя итоги проведенного исследования, можно сказать, у молодежи Приморского края неустойчивая идентификация, нет однозначной позиции.

Обладание социокультурной идентичностью помогает индивиду обрести позитивное чувство связи с родным сообществом, причастность к событиям, происходящим на «родной» территории.

Укреплять и повышать региональную и социокультурную идентичность следует в следующих аспектах идентичности: оценочном, эмоциональном и когнитивном.

В качестве рекомендаций можем выделить:

1. Позиционирование социокультурной среды как ресурса для жизнедеятельности и самореализации.
2. Воспитание чувства принадлежности и эмоциональной привязанности к жителям.
3. Позиционирование региона как уникального, обладающего своими характерными особенностями.

1. Кузнецов А.Е., Сычев О., Зелянская Н.Л., Белоусов К.. Русскоязычная версия шкалы региональной идентичности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 1. – С. 204–225. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.1.1842>.

2. Махинин А. Н., Коваленко М. С. Региональная идентичность как вид социокультурной идентичности: проблемы описания и диагностики // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета – 2021 г. – № 2 (58).

3. Микляева А. В., Румянцева П. В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: монография. – Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. – С. 8–47.

4. Саакян А. Г. Культурная идентичность в современном российском обществе как объект исследования // Научно-технические ведомости СПбГУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2017. – № 4. – С. 88-95.

5. Тараторин Е. В. Культурная идентичность как важный ценностно-смысловой компонент самосознания народа в условиях глобализации // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. – 2020. – №1(4) – С. 24–27.

УДК 656

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ ПО ПЕРЕВОЗКЕ ГРУЗОВ

В.Н. Попова

бакалавр

Л.А. Мельникова

канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Транспорт является одной из ключевых отраслей общественного производства. Объем транспортных услуг во многом зависит от состояния экономики страны. Автомобильным транспортом в Российской Федерации перевозится около 80% общего объема грузов, что делает автомобильные перевозки самым популярным видом услуг в своем сегменте и в то же время самым конкурентоспособным.

Ключевые слова: сервис, услуга, транспортная услуга, продвижение услуг, грузоперевозки.

FEATURES OF THE PROMOTION OF TRANSPORT SERVICES FOR THE TRANSPORTATION OF GOODS

Transport is one of the key branches of public production. The volume of transport services largely depends on the state of the country's economy. About 80% of the total cargo volume is transported by road in the Russian Federation, which makes road transportation the most popular type of service in its segment and at the same time the most competitive.

Keywords: service, service, transport service, promotion of services, cargo transportation.

С 2017 года по 2022 год, по оценкам BusinesStat, в России оборот рынка коммерческих автомобильных грузоперевозок вырос на 29%: с 762 млрд рубле до 983 млрд рублей [1]. Рост обеспечивался увеличением грузооборота транспортных компаний и средней доходной ставки на перевозку грузов автомобильным способом, как следствие, конкуренция среди компаний занимающимися грузоперевозками растёт, что актуализирует процесс продвижения услуг транспортных компаний.

Актуальность заключается в том, что эффективное функционирование транспортной сферы не может существовать без применения современных маркетинговых инструментов. Реализация и управление качественных инструментов продвижения услуг требуют широкого применения современных методов рекламы, позволяющих обеспечить удовлетворение потребностей клиентов.

Объектом исследования является сервисная деятельность транспортной компании.

Предметом исследования является продвижение услуг транспортной компании

Целью исследования является исследовать особенности продвижения транспортных услуг. Для этого необходимо решить ряд задач:

- определить теоретико-методологические основания темы исследования;
- исследовать способы и методы продвижения услуг;

– выявить актуальный способ продвижения в транспортной сфере;

Начнем с современных представлений исследователей о содержании понятия «сервис». По мнению российских и зарубежных ученых В.Г. Велидинского, Л.И. Донского, Дж. Щоул, К. Сьюэлл и П. Брауну понятие «Сервис» это:

Сервис – это предоставление услуг, обслуживание людей в различных сферах повседневной жизни человека на основе платежеспособного спроса [2].

Сервис означает особый, индивидуализированный подход к удовлетворению потребностей отдельного клиента и считается идеалом взаимодействия по линии «поставщик услуг – клиент» [3]. Рассмотрев приведенные высказывания, делаем вывод, что в каждом понятие присутствует такая характеристика, как наличие услуги, а также систематизированного, и технологичного обслуживания, состоящего из продуманной последовательности действий.

Из понятий видна главная задача, что сервис и услуга должны быть ориентированы на клиента, понимание его заявленных и скрытых надобностей.

Таким образом, основными чертами сервиса, определяющими его содержание, можно считать следующие тезисы:

1. Присутствие услуги и того, кто в ней нуждается (потребителя) и имеет возможность оплатить ее, если речь идет не о социальных, оплачиваемых государством услугах.

2. Системность и индивидуальность обслуживания, учитывающего потребности и запросы конкретных людей, имеющиеся ресурсы, технологии, бизнес-интересы сервисного предприятия, оставляющие у клиента благоприятное впечатление.

3. Качество услуги и обслуживания, соответствующее представлением клиента о нем и дающее ему основание сказать, что сервис есть.

Международный стандарт ISO 8402-86 дает следующее определение: услуга – это результат деятельности или процессов (услуга как нематериальная продукция); деятельность или процесс, включающий предоставление услуги [4, с. 14]. Услуга характеризуется неосязаемостью, не сохраняемостью, непостоянством качества и неотделимостью от источника.

Понятие «транспортная услуга» начала применяться в организации и управление транспортом только в начале XXI века. Под транспортной услугой понималась непосредственно перевозка, измеряемая такими валовыми показателями, как объем погрузки и выгрузки, грузооборот и т.п. Сущность данных деятельности раскрывается через возможность оказания потребителю материального потока разнообразных услуг.

В настоящее время под услугой понимается непосредственно перемещение грузов в пространстве, а также любая операция по обеспечению подготовки груза и осуществления перевозки, а именно: упаковка и маркировка грузов, их пакетирование, промежуточное хранение, предоставление грузовладельцу необходимой информации и т.п.

К основным транспортным услугам относятся:

- перевозка грузов, почты;
- погрузочно-разгрузочные операции (погрузка, выгрузка, перегрузка и т. д.);
- хранение грузов;
- подготовка транспортных средств к перевозке грузов;
- предоставление перевозочных средств на условиях аренды, проката;
- транспортно-экспедиционные и дополнительные операции, выполняемые при перевозке грузов, багажа и др., по обслуживанию предприятий, организаций, населения;
- перегон новых и отремонтированных перевозочных средств [5, с. 101].

Из определения о транспортных услугах вытекает определение «Грузоперевозки». Грузоперевозки – процесс, в результате которого совершается перемещение (транспортировка) с места на место каких-либо объектов (грузов) при помощи транспорта.

Профессор А.А. Селезнев определяет грузовые перевозки как «транспортные услуги по перемещению материальных ценностей, связанные с их сохранностью и своевременностью доставки» [5, с. 102].

Важными составляющей в работе эффективной транспортной компании является маркетинг транспортных услуг. Он представляет собой совокупность различных мероприятий, направленных на продвижение предприятия на рынке. Объектом маркетинга является услуги перевозок грузов.

Наиболее распространенным видом деятельности транспортных организаций в сфере продвижения является предоставление права нанесения на подвижной состав, а также размещение на своей территории рекламной информации других предприятий.

На транспорте под продвижением можно понимать два разных вида деятельности. Продвижение услуг является составной частью непосредственно маркетинговой деятельности, направленной на формирование и стимулирование спроса на услуги самого транспорта. В этом случае транспортные предприятия выступают как рекламодатели. К примеру, транспортная компания обращается в рекламное агентство для размещения своей рекламы на уличных баннерах.

Продвижение услуг на транспорте можно понимать, как вид коммерческой деятельности, имеющий целью и увеличение доходов посредством предоставления своей территории и своего имущества для рекламирования товаров других предприятий (фирм). При этом транспорт становится рекламораспространителем. К примеру, рекламное агентство обращается к транспортному предприятию для размещения рекламы на транспортном средстве.

О.Н. Кравченко предлагает классификацию инструментов:

- целевые маркетинговые мероприятия: конференции, форумы, саммиты, круглые столы, специализированные ярмарки и выставки;
- мероприятия прямого маркетинга: почта и электронная рассылка, телемаркетинг;
- медийный маркетинг: реклама и пресс-релизы в целевых печатных СМИ, на интернет-порталах;
- Интернет-маркетинг и реклама в сети интернет-телекоммуникаций;
- социальные сети;
- личные контакты [6].

Рекламные акции самих транспортных и транспортно-экспедиторских компаний ограничиваются разовыми акциями в форме спонсорской деятельности, предоставления материальной помощи при чрезвычайных ситуациях и т. п. Средства массовой информации практически не информируют потребителей о наличии рынка транспортных услуг, за исключением крайне редких телевизионных рекламных роликов и поздравлений к профессиональным праздникам. Даже рынок автомобильных пассажиро – и грузоперевозок, где уровень конкуренции достаточно высок, предлагает только частные объявления в газетах о выполнении местных грузовых перевозок и круглосуточных услуг такси.

Продвижение транспортных услуг является составной частью общей маркетинговой стратегии транспортной компании. Также учитываются важные для потребителя сопутствующие услуги (страхование, складирование и временное или ответственное хранение, погрузо-разгрузочные работы), ценообразование для различных групп потребителей, способы реализации услуг. Ключевым критерием маркетинга считается нахождение особенностей компании, выгодно отличающей ее от конкурентов.

Для раскрутки и продвижения транспортных услуг на рынке можно сконцентрировать в сфере интернет-маркетинга. В сфере транспортных услуг малоэффективна реклама на ТВ и размещение билбордов. Бумажная реклама постепенно сдает позиции, замещаясь оперативностью поиска нужной информации в сети. Размещение рекламных предложений в Интернете наиболее приоритетно как с точки зрения вложений, так и по степени охвата аудитории.

Расходы на рекламу в интернете в России по итогам 2019 года достигли 244 млрд рублей, увеличившись на 20% и составив половину всех рекламных бюджетов в стране. Об этом свидетельствуют данные Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), которые были обнародованы в середине марта 2020-го. На протяжении всего 2019 года бюджеты на рекламу в интернете от квартала к кварталу только росли. Высокими темпами рос подsegment видеорекламы. На контекстную рекламу компании потратили 103,7 млрд рублей (+17%) [7]. Эффективным методом продвижения является интернет-маркетинг. Он требует меньших финансовых вложений и позволяет получить широкий охват целевой аудитории.

На примере предприятия ООО «РИКО», г. Артем был разработан и проведен опрос на выявление более эффективных способов продвижения услуг транспортных компаний у потребителей. Исследование проводилось в форме анкетирования. В исследование принято 104 респондента. По данным анкеты самым популярным источником транспортной компании у потребителей является сайт компании (77 ответа 74%) и информация в интернете через такие ресурсы, как 2ГИС и Фарпост (68 ответов 66,3%). Актуальным способом продвижения транс-

портных услуг является способ распространения в Интернете (53 ответа 51%), менее популярным стал печатный (33 ответа 31,7%), меньше всего ответов получил экранный способ продвижения (18 ответов 17,3%). Больше половины респондентов считают, что любой транспортной компании необходим сайт (61 ответ 58,7%). Вторым по популярности способ продвижения при выборе транспортной компании был выбран печатный способ. Больше половины опрошенных респондентов замечают рекламу на уличных баннерах (61 ответ 58,7) и на транспортном средстве (66 ответа 63,5%).

Вследствие выбора респондентов актуальным и эффективным способом продвижения транспортных услуг является – сайт компании. При анализе деятельности предприятия ООО «РИКО» было выявлено, что у данного предприятия нет своего сайта. Таким образом, одним из предложений по продвижению транспортных услуг ООО «РИКО» является разработка сайта. Рассмотрим эту тему более детально.

В сайте можно объединить все известные модели, используемые еще до возникновения интернета – СМИ, радио, телевидение, рекламные плакаты и так далее. Возможности интернета практически безграничны. Недостаток информации открывает конкурентам более широкие возможности, а ведь область грузоперевозок действительно является конкурентной нишей в транспортной сфере.

Главное в сайте транспортной фирмы – это его доступность. Главную страницу нужно наполнить конкретными и полезными сведениями о предприятии. Сайт обязательно должен быть адаптирован под мобильные устройства. На сайте обязательно должна присутствовать информация о том, как связаться с компанией. Раскрутка социальных сетей работает на развитие у аудитории лояльности бренду. Группа в социальной сети – это отличный способ связаться со своими клиентами. Сайт должен быть оптимизирован так, чтобы его могли найти заинтересованные пользователи. Поисковые запросы необходимо правильно сформулировать. Контекстная реклама показывает объявления выше результатов поиска у клиентов, когда они ищут информацию в данной сфере деятельности. Таргетированная реклама в определенном смысле продолжает идеи контекстной в том, насколько важно соответствие показываемых объявлений интересам пользователя. В отличие от контекста, таргетированные объявления основываются на том, что человек искал в интернете раньше и на какие страницы заходил.

Сейчас наиболее важной целью сайта в сфере грузоперевозок является автоматизация процесса оформления заказа услуги по грузоперевозке. Данная возможность позволяет экономить значительное количество денег на оплату труда дополнительных операторов, сократить время на работу с потенциальным клиентом. Также одной из полезных функций, а также развивающимся на всех сайтах компаний по грузоперевозкам, является возможность узнать цену заказа клиентом самостоятельно, нужно только внести все необходимые данные в специальный калькулятор расчета стоимости заказа.

В таких калькуляторах, помимо просто ввода точек загрузки-выгрузки, обычно присутствует большой выбор дополнительных опций, таких как выбор вида груза, условия перевозки, выбор средней скорости передвижения транспорта, цена топлива, дополнительная оплата остановок. Все это также может позволить уменьшить временные расходы на работу с клиентом. Еще одной прогрессивной функцией является то, что человек, сделавший заказ, может отследить статус своей заявки, а также статус груза. Например, при погрузке груза на складе, его статус меняется на «Погружен на складе», или же, после его отправки меняется на «Отправлен в пункт назначения». Все это клиент может отследить в своем личном кабинете или же используя номер договора в поиске грузов, и больше не гадать, а погрузили ли груз или отправили ли его. Множество современных сайтов компаний по грузоперевозкам используют данную функцию, чем повышают доверие клиента к себе, а также повышают собственный имидж благодаря наличию сложного и полезного функционала.

В настоящий момент интернет-ресурсы становятся не просто рекламным или имиджевым решением отдельных компаний, но и превращаются в действенные многофункциональные модули глобальной системы.

Таким образом:

- определены теоретико-методологические основания деятельности транспортной компании;
- исследованы способы и методы продвижения услуг такие как: печатный, экранный и в интернете;

– выявлен актуальный способ продвижения в транспортной сфере с помощью интернет-технологий, в частности сайт компании.

В настоящее время главным инструментом, методом продвижения в Интернете и средством коммуникации потребителя и производителя является сайт компании. Без сайта компании не имеет смысла быть остальным инструментом продвижения услуг или товара в Интернете. Как показал опрос, потребители не имеют доверия к производителю, у которого нет сайта о своём товаре или услуги в транспортной сфере. Так же хочется отметить, что эффективно продвижение товара на транспортном средстве и уличных баннерах. Применение современных и традиционных методов продвижения стимулирует более повышенное внимание потребителя.

-
1. Новости рынка. – Текст: электронный // BusinesStat – URL: <https://businesstat.ru/catalog/id2033/>
 2. Велединский В.Г. Сервисная деятельность: учебник. – 2-е изд., стер. – Москва: Кнорус, 2019
 3. Донскова Л.И. Сфера сервиса: сущность, уровень развития, проблемы и перспективы // Известия Томского политехнического университета. – 2020. – Т. 6
 4. Анализ, планирование и управление в автотранспортных предприятиях: монография / С.А. Бородулина, Л.С. Трофимова, Е.О. Чебакова, Е.А. Беяева. – Омск: СибАДИ; Алматы: КазАДИ, 2019. – 184 с. (дата обращения: 09.01.2023).
 5. Богомолова Е.С. Диагностика и анализ деятельности автотранспортного предприятия / Е.С. Богомолова, Н.Н. Галинская, Н. Г. Шаповалова. – Майкоп: Кучеренко В.О., 2019. – 205 с.
 6. Теоретические аспекты комплекса маркетинговых коммуникаций на предприятиях сферы услуг. – Текст: электронный // studwood: [сайт]. – URL: https://studwood.net/898354/-marketing/teoreticheskie_aspekty_kompleksa_marketingovyh_kommunikatsiy_predpriyatiyah_sfery_uslug
 7. Интернет-реклама (рынок России). – Текст: электронный // tadviser Государство. Бизнес. Технологии: [сайт]. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_(рынок_России)).

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АРХИТЕКТУРЫ

УДК 75.052

ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ ПОСРЕДСТВОМ НАСТЕННОЙ ЖИВОПИСИ В КИТАЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Вэй Дантун

аспирант

Л.А. Мельникова

канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Настенная живопись, один из самых ранних видов изобразительного искусства, используемых человечеством для передачи значимой информации, возникшая когда еще и стен как таковых не существовало. Однако желание организовать, оформить, использовать пространство не только для утилитарных целей, но и как средство освоения мира – фиксации, интерпретации, моделирования и т.д. судя по археологическим свидетельствам, примерно началось в верхнем палеолите. Таким образом, исследование особенностей оформления общественных пространств посредством настенной живописи в историческом аспекте позволит лучше понять китайскую культуру.

Ключевые слова: *настенная живопись, общественные пространства, монументальное искусство, граффити, стрит-арт.*

FEATURES OF THE DESIGN OF PUBLIC SPACES THROUGH WALL PAINTING IN CHINA: A HISTORICAL REVIEW

Wall painting, one of the earliest types of fine art used by mankind to convey meaningful information, emerged when walls as such did not yet exist. However, the desire to organize, design, use space not only for utilitarian purposes, but also as a means of mastering the world – fixing, interpreting, modeling, etc. judging by the archaeological evidence, it has been present since the Upper Paleolithic. Thus, the study of the design features of public spaces through wall painting in the historical aspect will allow a better understanding of Chinese culture.

Keywords: *wall painting, public spaces, monumental art, graffiti, street art.*

Как одна из форм художественного самовыражения, настенная живопись имеет долгую историю. От первобытного общества до наших дней настенные живописи имели религиозное значение, но их функция изменилась с чисто прикладной на эстетическую. Носителем настенной живописи является архитектура. Настенная живопись, используя символический визуальный код, показывает прямую и тесную связь между нанесенными изображениями и общественной жизнью людей. То есть, содержание настенной живописи является интуитивным и визуальным проявлением общества и культуры.

Анализ характеристик общества и культуры на основе сюжетов настенных живописей в общественных пространствах в различные исторические периоды достаточно значимо для современников, чтобы понять человеческое общество и унаследовав культурные традиции, создать культуру, соответствующую современному обществу и национальным особенностям.

Таким образом, объектом данного исследования является – настенная живопись общественных пространств.

Предмет – настенная живопись общественных пространств в китайской культуре в историческом ракурсе.

Цель – определить особенности оформления общественных пространств посредством настенной живописи в Китае в историческом ракурсе.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- определить теоретико – методологические основания исследования;
- выявить сущностные понятия «общественные пространства», «настенная живопись», виды монументальной живописи и т.д.;
- рассмотреть использование настенной живописи в качестве оформления общественных пространств в китайской культуре в историческом ракурсе.

Определение особенностей оформления китайских и российских общественных пространств посредством настенной живописи путем исторического обзора основывается на совокупности как искусствоведческих, так и культурологических научных подходов таких как: исторический, семиотический, герменевтический, конструктивистский и иконографический.

Исследование настенной живописи в рамках историко-культурного подхода определяет основу для понимания художественного «видения» определенной эпохи и с учетом национальных особенностей исследуемых культур, особенно с точки зрения развития двух противоположных культур (Восток и Запад).

Настенная живопись, как произведение искусства может рассматриваться как коммуникативно-языковая система, в связи с чем, семиотический подход является основными для понимания этого (Ю.М. Лотман, Х.-Г. Гадамер, М.М. Бахтин). Герменевтика дает возможность исследовать настенную живопись сквозь системный характер понимания (как авторский текст, художественное произведение, личность воспринимающего и культурные традиции). Сложившиеся иконографические каноны позволяют анализировать раскрытие исторически обусловленного образно-символического содержания настенной живописи (А. Варбург, Э. Кассирер, Э. Панофский) [3].

Понятие «настенная живопись» непосредственно связано с изображением всего «многообразия окружающего мира на вертикальной плоскости, с помощью цветных красящих материалов» [1]. И хотя в этом определении совсем отсутствует самая значимая часть понимания его, а именно «индивидуально-личностное, душевное и духовное отношение художника к создаваемому произведению», оно полностью отражает суть данного явления [2]. В живописи существует достаточное количество стилей и направлений, однако, в данном исследовании остановимся только на таком виде живописи, как монументальная (от лат. monument – хранящий память, напоминающий), отличающийся большим масштабом (стена, потолки, куполов, сводов в различных архитектурных сооружениях [4].

Прежде, чем обратимся к непосредственному исследованию использования настенной живописи в российской и китайских культурах историческом ракурсе необходимо так же рассмотреть понятие «искусство», применительно к настенной живописи.

Культура может видеть себя и познавать себя в зеркале искусства. Очевидно, что статус искусства в человеческой культуре в первую очередь проявляется в участии и продвижении искусства, отражающего историческое развитие человеческой культуры. Человечество относительно недавно (XIX–XXI вв.) стало задумываться о точном определении понятия «искусство», однако, интерес к сути данного термина определился еще в античные времена.

Пэн Цзисян в своей книге «Введение в искусствоведение» упомянул, что «Человеческую социальную жизнь в целом можно разделить на два основных компонента: материальную жизнь и духовную жизнь. Производственная деятельность, осуществляемая для удовлетворения этих двух видов жизни, называется материальным производством и духовным производством. Материальное производство предназначено для удовлетворения материальных потребностей людей, и его результаты составляют человеческую материальную цивилизацию. Духовное производство предназначено для удовлетворения духовных потребностей людей, и его результаты составляют человеческую духовную цивилизацию. Как особый вид духовного производства, художественное производство призвано удовлетворять эстетические потребности людей, и его результаты представляют собой великолепную сокровищницу искусства и культуры для человечества» [10].

Аналогичная теория выдвигается в труде русского философа Г.В. Плеханова «Письма без адреса. Искусство и общественная жизнь», «Я же думаю, что искусство начинается тогда, когда человек снова вызывает в себе чувства и мысли, испытанные им под влиянием окружающей его действительности, и придает им известное образное выражение. Само собою, разуме-

ется, что в огромнейшем большинстве случаев он делает это с целью передать передуманное и пережитое им другим людям. Искусство есть общественное явление» [7].

Российский культуролог М.С. Каган считал, что искусство является отражением и представителем культуры, к которой оно принадлежит. «В этом смысле искусство играет определенную роль в культурном самосознании, потому что искусство подобно зеркалу, в котором культура видит себя и познает саму себя, и только когда знает себя, может понять этот мир, что отражает» [6].

Пэн Цзисян в своей книге «Введение в искусствоведение» упомянул, что «С другой стороны, искусство как уникальная часть культуры, неизбежно подвергается ограничениям и влиянию культурной системы. В некотором смысле искусство каждой нации или эпохи глубоко укоренено в рамках культуры этой нации или эпохи. Как подсистема культурной системы, искусство является органичной частью всей культуры и уникальной социальной и культурной категорией [12].

Таким образом, «искусство» – это один из способов освоения мира: его познания, оценки, преобразования человеком в художественном образе, а настенная живопись является средством для отображения социальной жизни и выражения мыслей и эмоций художника путем формирования статичного визуального образа.

Некоторые данные показывают, что в Китае письменность и создание открытых пространств имеет долгую историю. Со времён династии Хань (206 год до н.э. – 220 год н.э.) сохранились записи о том, как люди вырезали что-то на камнях, деревьях или стенах. Это отличается от западного отношения к природе (либо проводить научные наблюдения, либо просто имитировать ее как материальный объект). Традиционные китайские художники почти никогда не рассматривают природу как объект, но рассматривают «природу» как проекцию «Я» и как источник вдохновения. Создание пейзажных картин традиционными китайскими художниками – это процесс, посредством которого они постигают «даосизм», что может помочь нам понять, почему древние китайцы были счастливы переписывать природу своим собственным умом и использовать ее в качестве своего «холста» [13].

Хуан Цзяннань (1952-), всемирно известный национальный художник первого класса, член Национального совета художников Франции и первый почетный член Ассоциации художников Азии, награжденный Королевским обществом за 127 лет с момента его основания, сказал: «На протяжении тысячелетий многие люди в моей стране жили в пещерах. Поэтому фрески в гротах Шэньси Шимао и Дуньхуан Могао – это все уличное искусство. Они были созданы еще в доисторический период, длящийся более 4000 лет, и их можно назвать самым ранним уличным искусством. Китайские фрески были самым ранним видом уличного искусства, но название им дали жители Запада. Картины, нарисованные на стенах пещеры, эквивалентны городским картинам и граффити в городе сейчас. Принцип тот же» [12].

Китайские наскальные рисунки можно проследить до раннего периода неолита. Это некоторые записанные изображения, символы, а иногда даже целые сцены охоты, вырезанные и нарисованные первобытными людьми на скальных стенах. Наскальные рисунки эквивалентны первичному иероглифу первобытных людей, который имеет практическое значение для записи и передачи информации.

Китайские наскальные рисунки делятся на две системы: южные наскальные рисунки и северные наскальные рисунки. В зависимости от географического положения, климатических условий и природной среды, в которой жили первобытные люди, содержание наскальных рисунков также было различным.

Мэн Линьин в своей статье «Краткий анализ значения предмета китайского наскального рисунка и его исторической ценности» говорит: «Регионы Юньнань, Гуйчжоу, Сычуань, Цзянсу и Гуанси в Китае являются основными районами распространения южного наскального рисунка. Среди них наскальные рисунки Цаньюань, распространенные в Юньнани, были обнаружены самыми ранними, и здесь они имеют наиболее концентрированный диапазон распространения. 700–800 изображений обнаружено там, и основными сюжетами были: животные, выпас скота, магические символы, акробатика, танцы, магические ритуалы и т.д.» [9].

Также большое количество наскальных рисунков было найдено в бассейне Цзоцзян в Гуанси, и это, безусловно, один из самых многочисленных и концентрированных районов. Содержание наскальных рисунков в этом районе близко к тому времени, они показывают такие

действия, как война, колдовство, масштабные жертвоприношения и танцы, и называются наскальными рисунками Хуашань. Тематику северного наскального рисунка можно свести к трем категориям: охота, репродукция и портрет человека.

Наиболее густонаселенным районом является пастбищный район кочевников. Содержание наскальных рисунков включает в себя кочевничество, танцы, войну, жертвоприношения и примитивные символы, такие как следы ног и ладоней. Как южные наскальные рисунки, так и северные наскальные рисунки богаты содержанием и ярко отражают все аспекты примитивной общественной жизни того периода.

Необходимо также отметить, что изображения солнца, охоты и т.д. которые появились в раннем китайском наскальном рисунке является основой и зарождением иероглифа поколения. Китайский наскальный рисунок – это не простое изображение определённого объекта, а утончение и обобщение способа сосуществования человека и природы.

В Древнем Китае также существовали надгробные настенные живописи. Ван Сяоян, профессор институт искусств Юго-Восточного университета в Китае, упомянул в своей статье «Перерождение и конфуцианство веры настенных живописей в древних китайских гробницах»: «настенные живописи в гробницах – это система изображений, созданная для того, чтобы владелец гробницы мог войти в другой мир и содержат различные ожидания от другого мира и относится к категории религиозного искусства. Вера в перерождение предполагает, что мертвые могут быть преобразованы в жизнь и смерть в здании гробницы и, следовательно, продолжать жить в соответствии с тем же или похожим образом жизни в течение своей жизни [11].

Британский теоретик искусства Эрнст Гомбрих в своей книге «История искусства» упомянул, что «В канун и в первые столетия н.э. у китайцев существовали погребальные обряды, отчасти сходные с древнеегипетскими. Изображения в погребальных камерах рассказывают нам о повседневной жизни и обычаях давно минувших дней. К тому времени уже стал складываться известный нам стиль китайского искусства. Художники избегали прямых и ломаных линий, характерных, например, для египетского искусства; их влекли мягко изгибающиеся, волнообразные очертания. Изображая скачущую лошадь, художник компоновал ее из округлых форм. В китайской пластике линии фигур непрестанно колеблются, гнутся, поворачиваются, но при этом не утрачивается устойчивость массивных объемов [5].

Гроты Могао в Дуньхуане, известны как художественная сокровищница древней китайской цивилизации. Они являются важным свидетелем диалога и обменов между различными цивилизациями, которые когда-то происходили на древнем Шелковом пути. Гроты Могао являются важной частью традиционной китайской культуры. В 1987 году гроты Могао были включены в «Список всемирного культурного наследия». В гротах Могао сохранилось большое количество прекрасных произведений искусства, таких как фрески, скульптуры и культурные реликвии. Китайские гроты были построены как буддийская практика, поэтому все произведения искусства в гротах связаны с буддизмом.

Изображения на фресках ранних гротов Могао делятся на две категории: одна – изображение таинственного бога. Другая категория – это изображения светских персонажей, которые обладают сильной атмосферой жизни и реальности. Китайская традиционная живопись уделяет внимание работе кистью и использовать обобщенные линии для изображения персонажей и пейзажей на картинах.

Техника дуньхуанских фресок основана на уникальном моделировании и эстетическом сознании жителей Востока – моделирование линий, от тонких и аккуратных до хорошо структурированных линий, что требует от художника не только высокой квалификации, но и эстетического понимания красоты.

С эстетической точки зрения традиционная китайская национальная живопись стремится передать духовную красоту мысли в своих методах выражения. Очертите форму линиями и опишите поведение с помощью форм – это выдающиеся художественные характеристики китайской живописи и суть китайской теории живописи. Благодаря изображению природы объективных вещей, а также совершенной интеграции внутренней субъективной воли человека и искусства сформировалось яркое сочетание человека и природы. Духовная эстетика и техника китайской живописи унаследовали прошлое и реализовали единство субъективной воли и объективных норм

После середины XIX века художники различных школ в разной степени находились под влиянием китайской живописи и китайской теории искусства, и традиционная китайская живопись также вызвала шок на Западе.

С развитием информационных технологий границы изобразительного искусства между Китаем и Западом перестали быть четкими. Как уникальная культурная форма, живопись обладает общностью человеческих эмоций. Она передает общие идеалы и ценности истины, добра и красоты. Это общий язык, независимо от расы или этнической принадлежности, и он является важным носителем для реализации эмоциональной интеграции всех этнических групп.

У Сяохай в его магистерской диссертации «Знакомство с творческим контекстом современных китайских общественных настенных живописей на примере настенных живописей столичного аэропорта Пекина» отмечено, что «в середине-конце 1990-х годов Китай начал предлагать концепцию общественного искусства. После того, как Китай пережил быстрый и изменчивый процесс во многих аспектах искусства, общества, рынка и культуры, некоторые китайские художники, дизайнеры экологического искусства, теоретики искусства, искусствоведы и преподаватели искусства сосредоточили своё внимание на общественном искусстве в период социальных и культурных преобразований через практику художественного творчества, теоретические исследования и размышления о культурных концепциях» [12].

Относительно изолированная концепция современных фресок в прошлом была расширена до концепции общественного (уличного) искусства, которая полностью учитывает общую окружающую среду. Академия изящных искусств Шанхайского университета взяла на себя ведущую роль в создании Исследовательского центра общественного (уличного) искусства и дизайна, а дисциплина общественного искусства и дизайна стала ключевой дисциплиной, утвержденной Министерством образования.

Широкомасштабное внедрение общественного (уличного) искусства и формирование его основных концепций пришли из США в начале 1960-х годов. Его значение тесно связано с социальной историей, социальной структурой, культурными традициями, социально-политическими и экономическими условиями страны и региона.

Общественное искусство в Китае обычно относится к визуальному искусству, которое интегрировано в общественную среду и пространство. Основная цель его реализации – отразить общественный дух и общественные интересы общества, обогатив и расширив значение современных китайских общественных настенных живописей»

Современная настенная живопись общественных пространств больше не служит определенной религиозной цели. Как вид искусства, связанный с архитектурой, настенные живописи должны быть согласованы с окружающей средой, отражать особенности местности, отвечать эстетическим потребностям современной публики и представлять культуру региона или нации.

Юань Юньшэн, один из создателей настенных живописей в столичном аэропорту Пекина, в своей статье «Мечта настенной живописи» упомянул, что «настенная живопись является частью здания. Её художественный язык должен быть гармоничным и единым. Суть архитектурного искусства состоит в том, чтобы воплотить коннотацию духа через абстрактные формы. Настенные живописи также, соответственно, требуют, чтобы через них расширялась духовная ценность архитектуры, давая людям наслаждение красотой и стимулируя благородные чувства людей» [14].

Юань Юньфу, один из создателей настенных живописей в столичном аэропорту Пекина, в своей статье «Идеи для практики настенных живописей» упомянул, что «Чтобы добиться координации между настенными живописями и архитектурными формами, следует принимать во внимание стабильность самого здания, а также его функциональные возможности и требования к управлению пространством. Современные настенные живописи должны в первую очередь отражать заботу о людях, идеальную сферу создания красоты, единство науки, техники и искусства, а также придавать большое значение единству современного архитектурного искусства. Поэтому художники должны уделять все внимание изменениям и развитию современного архитектурного искусства и инженерных технологий, а также адаптировать к нему с новыми формами искусства» [15].

Таким образом, в ходе исследования было определено, что настенная живопись отличается от других видов искусства тем, что должна быть прикреплены к определенному физическому носителю (стена, забор и место нахождения и т.д.), что определяет, основную концепцию и должны подчиняться определенному окружению, атмосфере и служить им.

Как общественное искусство, оно должно быть неразрывно связано с эпохой, в которой оно находится. Передача голоса времени и освещение темы времени являются одной из основных функций настенных живописей.

В ходе развития настенной живописи изменения и развитие пространства и окружающей среды создали ограничения и возможности для развития настенного искусства. Создание современных китайских общественных настенных живописей с самого начала было тесно связано с культурным контекстом той же эпохи. Китайское общество в настоящее время переживает быструю урбанизацию и строительство городской среды, а гражданское общество растет, в связи с чем, китайское общество постепенно отходит от предыдущей традиционной экономической модели и высокой степени государственной централизации, движется к открытой рыночной экономике и постепенно переходит к легализации и демократизации политики.

Настенная живопись в общественных пространствах больше не становятся простым художественным оформлением, приукрашиванием или чистым художественным выражением, а постепенно приближается к необходимости сохранения и отображения различий в современных городских характеристиках (гуманистических и естественных экологических характеристиках структуры) и их развитии.

1. Живопись. Большая российская энциклопедия электронная версия. – Текст: электронный. – URL: https://old.bigenc.ru/fine_art/text/2626211

2. Забродина Е.В., Абрамова А.В. Живопись как один из видов изобразительного искусства. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 46 (388). – С. 50-53. – URL: <https://moluch.ru/archive/388/85391/> (дата обращения: 20.05.2023)]/

3. Искусствоведение и его методы в контексте развития общих представлений о научном знании. – Текст: электронный // Искусствовед.ру – сетевой ресурс об искусстве и культуре: [сайт]. – 2018. – URL: <https://iskusstvoed.ru/2018/04/01/iskusstvovedenie-i-ego-metody-v-kontek/> (дата обращения: 20.05.2023)

4. Сокольникова Н.М. История изобразительного искусства: учебник для студ. высш. пед. учеб. заведений: в 2 т. Т. 2. – 2-е изд., стер. – Москва: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.

5. Гомбрих Э. История искусства // ООО «Издательство АСТ» – издание на русском языке / пер. с английского В.А. Крючкова, М.И. Майская (главы 24-26). – Москва, 1998. – 101 с.

6. Каган М.С. Морфология искусства. Историко-теоретическое исследование внутреннего строения искусства. Ч. 1.2.3. – Ленинград: Изд-во «Искусство», 1972. – 434 с.

7. Плеханов Г.В. Письма без адреса. Искусство и общественная жизнь. – Москва: Научное Обозрение, 1899. – URL: http://az.lib.ru/p/plehanow_g_w/text_1899_pisma_bez_adresa.shtml

8. «Экспресс-аккаунт». 24.12.2021. – Текст: электронный. – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1720029765211350491&wfr=spider&for=pc>

9. Мэн Линьин. Краткий анализ значения предмета китайского наскального рисунка и его исторической ценности // Мир Лантай. – 2013. – № 31-06.11. – С. 56–57.

10. Пэн Цзисян. Введение в искусство. – Изд. 4-е. – Москва: Искусство, 2015. – 6 с.

11. Ван Сяоян. Перерождение и конфуцианство веры настенных живописей в древних китайских гробницах. // Культурное сознание и арт-антропологические исследования: сб. Международного симпозиума 2014 года по китайской арт-антропологии. – 2014. – Т. 1. – С. 178–180.

12. Сяохай У. Знакомство с творческим контекстом современных китайских общественных настенных живописей на примере настенных живописей столичного аэропорта Пекина: магистерская диссертация // Центральная академия изобразительных искусств (КНР). – 20.05.2003 – С. 11–21.

13. Шу Ван. Чжоу Сиюань. «Уличное искусство» в широком смысле и его происхождение. [J/OL]// Мастер восточного искусства. – 26.09.2014. – Текст: электронный. – URL: <https://news.artron.net/20140926/n658159.html>

14. Юньшэн Ю. Мечта настенной живописи // Исследование изобразительного искусства. – 1980. – № 1. – С. 7

15. Юньфу Ю. Идеи для практики настенных живописей // Журнал: Исследование изобразительно-го искусства. – 1980. – №.01.– С. 5.

Секция. КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ

УДК 640.41

МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ г. ВЛАДИВОСТОКА)

А.А. Васюков

бакалавр

А.В. Перфильев

канд. хим. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье представлены результаты исследований по оценке системы обучения персонала в индустрии гостеприимства. В качестве объекта исследования выступили гостиницы города Владивостока. Проанализированы основные направления и специфика обучения персонала в гостинично-ресторанном бизнесе. Определены ключевые персонал-технологии, наиболее часто используемые для обучения сотрудников в данном секторе экономики.

Ключевые слова: *гостинично-ресторанный бизнес, индустрия гостеприимства, корпоративное обучение, электронное обучение.*

METHODS OF TRAINING THE PERSONNEL OF A HOTEL ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK)

The article presents the results of research on the evaluation of the personnel training system in the hospitality industry. The object of the study was the hotels of the city of Vladivostok. The main directions and specifics of staff training in the hotel and restaurant business are analyzed. The key personnel technologies most frequently used for training employees in this sector of the economy have been identified.

Keywords: *hotel and restaurant business, hospitality industry, corporate training, e-learning.*

Введение

Одной из самых крупных и динамично развивающихся отраслей в мире является – индустрия гостеприимства. Согласно отчету Всемирного совета по туризму и путешествиям, мировой валовой доход от туризма составляет 10,4% от общего мирового ВВП или около 8,3 трлн долларов США. Из 195 государств мира в туризм вовлечены более 150 стран [1].

По оценке Всемирной туристской организации (UNWTO), число туристских прибытий во всем мире к 2030 г. составит 1,36 млрд человек, т.е. каждый пятый житель планеты будет совершать туристские поездки [2]. В глобальном масштабе туризм составляет около 10% ВВП и более 6% мирового экспорта [3].

В международном бизнесе в индустрии гостеприимства сконцентрирован огромный финансовый и кадровый капитал. Она носит межотраслевой характер, а гостинично-ресторанный бизнес является базовым ее направлением. Ключевым стратегическим ресурсом этого бизнеса является персонал и его квалификация, который должен обеспечивать конкурентоспособность и устойчивое развитие бизнеса.

Основной продукт гостинично-ресторанного предприятия – это сервис. На первый план выходит задача – через процессы корпоративного обучения сформировать необходимые ключевые компетенции для осуществления профессиональной деятельности. Современные предприятия гостинично-ресторанного бизнеса, нацеленные на устойчивое экономическое развитие, уделяют особенное внимание поиску эффективных методов и инструментов корпоративного обучения, основанные как на традиционных, так и на инновационных подходах. Для обеспечения подготовки кадров и повышения их квалификации нужно сформировать и

использовать стандарты сервиса и знания основных бизнес-процессов по обслуживанию клиентов.

Процедура формирования гостеприимства связана с квалификацией сотрудника, ее осуществляющего. Для этого он должен быть подготовлен и обучен.

Одним из важных направлений обучения является коммуникация служащего и иностранного гостя. Иногда возникают сложности в понимании иностранного гостя, но проявить гостеприимство всегда можно оказывая необходимое внимание [4]. Проявляя культуру поведения, сотрудники формируют имидж гостиницы, создают безопасные и комфортные условия проживания гостей, учитывают психологические особенности личности и процесса обслуживания, соблюдают выполнение стандартов и этических норм общения. В этом направлении персонал тоже нужно развивать и включать в систему обучения и переподготовки [5].

Программы обучения персонала, применяемые в гостиницах г. Владивостока

В качестве объекта исследования для анализа применяемых программ обучения сотрудников гостиничных предприятий г. Владивостока выбран арт-конгресс отель «Экватор».

На рисунке 1 представлена классификация программ обучения, проводимых в гостинице «Экватор».



Рис. 1. Виды программ обучения, применяемых в гостинице «Экватор»

Каждая программа применяется для различных служб гостиницы. Например, в таблице 1 представлено описание некоторых программ обучения горничных отеля «Экватор».

Таблица 1

Описание программ обучения горничных отеля «Экватор»

Вид программы	Должность сотрудника	Длительность обучения	Кто проводит обучение (организация)	Выдаваемый документ
Стажировка	Старшая горничная	2 недели	ООО «УК «Экватор»	Сертификат
Установочный тренинг новичка	Стажер	1 неделя	ООО «УК «Экватор»	Сертификат
Наставничество	Горничная	1 неделя	ООО «УК «Экватор»	Сертификат

В некоторых гостинично-ресторанных комплексах г. Владивостока применяются специальные программы по следующим направлениям:

- кулинарное дело;
- барменское и официантское мастерство;
- принципы работы сотрудников отдела приема и обслуживания;

- стандарты работы сотрудников хозяйственного отдела;
- управление сотрудниками;
- конфликтология;
- управление временем.

Последние три программы предназначены для менеджеров отеля.

К методам профессионального обучения сотрудников гостиниц относят также следующие методы.

1. Ротации. Они позволяют расширить опыт работника путем планомерного перемещения его с одной работы на другую.

2. Использование аудио- и видео учебных пособий предназначено для индивидуального обучения вблизи рабочего места различным конкретным элементам данного бизнес-процесса.

3. Лекция, являясь одним из основных методов обучения, предназначена для передачи слушателям информации запланированного содержания в отведенное для нее время. Лекции проводятся подготовленными и опытными преподавателями, которые используют наиболее современную структурированную информацию и опыт других компаний.

4. Групповая дискуссия позволяет активизировать обучаемых через постановку перед ними проблемного вопроса или группы вопросов по теме курса. Основными задачами дискуссии является эффективное усвоение материала и обмен опытом между обучаемыми.

5. Круговой опрос представляет собой активный вид занятий, состоящий из вопросов преподавателя и ответов участников обучения на один общий вопрос или на серию связанных вопросов. Его назначение – включить участников в работу, переключить на новую тему, активизировать восприятие сложного материала, обменяться практическим опытом [5].

Мультимедийное обучение предполагает наличие специально оснащенного компьютерного класса либо персонального компьютера и мультимедийные образовательные программы. С одной стороны эта форма обучения требует финансовых затрат, но с другой позволяет сэкономить на оплате труд преподавателям. Освоение материала происходит в индивидуальном, удобном для учащегося темпе – обучающийся может прослушать учебный материал несколько раз или остановить воспроизведение.

Организация эффективного обучения персонала предполагает постоянный контроль над проведением обучающих программ и оценку их эффективности.

Оценка эффективности может осуществляться следующими способами: сбор данных до обучения (информация о поведении, профессиональных установках, знаниях и навыках, количественные и качественные показатели работы), сбор данных во время обучения (мотивация обучающихся, интерес к различным материалам и др.), оценки степени усвоения данных, характеризующих профессиональную деятельность работников до и после обучения.

На рисунке 2 представлено распределение методов профессионального обучения сотрудников гостиницы «Экватор».



Рис. 2. Соотношение программ профессионального обучения сотрудников гостиницы «Экватор»

Таким образом, выделяют различные методы обучения персонала гостиниц. Эффективное управление гостиницей может осуществляться при интенсивной подготовке персонала и даль-

нейшем развитии профессиональных и личностных качеств. Это развитие возможно с помощью правильно подобранных методов и форм систем обучения.

Можно сделать вывод, что обучение персонала в гостинично-ресторанном бизнесе является стратегическим направлением развития конкурентных преимуществ, без которого не может существовать и успешно функционировать предприятие. Выбор методов и форм обучения осуществляет само предприятие, исходя из текущих потребностей, но при максимальном использовании автоматизированного обучения.

1. Travel & Tourism Competitiveness Index. – Текст: электронный // World Economic Forum [сайт]. – URL: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2020/rankings/> (дата обращения: 21.11.2021).

2. UNWTO призывает к поддержке экономики через сектор путешествий и туризма. – Текст: электронный / Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии [сайт]. – URL: https://ratanews.ru/news/news_6042020_6.stm (дата обращения: 21.12.2021).

3. Логунцова И.В. Маркетинговые аспекты управления туризмом. – Москва: АРГАМАК-МЕДИА, 2020.

4. Замула Л.Н., Комаров Г.А. Цифровая трансформация системы корпоративного обучения в международной индустрии гостеприимства // Современные проблемы управления в сфере внешнеэкономической деятельности. III Международная научная конференция студентов и аспирантов: сборник статей; под общ. ред. В.И. Королева [и др.]. – Москва, 2021. – 383 с.

5. Галынин С.В., Зеленецкая Л.Т., Борисова Е.А. MICROLEARNING: эффективный инструмент обучения персонала в международных гостиничных сетях // Современные проблемы управления внешнеэкономической деятельностью. Сборник статей II Международной научной конференции студентов и аспирантов. – Москва: ВАВТ Минэкономразвития России. 2020. – 265 с.

6. Девелопмент гостиничных проектов: международная практика и российский опыт: учебник / С.В. Галынин, И.В. Гончарова, А.В. Комарова. – Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2021.

УДК 379.85

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АНИМАЦИОННОГО СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

А.Э. Горбатенко

бакалавр

Г.А. Гомилевская

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Разработка и внедрение анимационных программ на предприятия общественного питания требует высокой квалификации у разработчиков. На основе мирового и отечественного опыта разработана система классификации анимационного сервиса на предприятиях общественного питания, сформированы технологические основы анимационной программы и проведена их апробация на примере предприятий города Владивосток.

Ключевые слова: анимационный сервис, общественное питание, технология анимации, классификация, типология.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF ANIMATION SERVICE IN THE FOOD SERVICE INDUSTRY

Developing and implementing animation programs for public catering enterprises requires highly skilled developers. Based on international and domestic experience, a classification system for animation services for public catering enterprises was developed, and technological foundations for animation programs were formed and tested on the example of enterprises in Vladivostok.

Keywords: animation service, catering, animation technology, classification, typology

Введение. В современном обществе качественное обслуживание является неотъемлемой частью любого бизнеса. В этой связи, предприятия в области общественного питания начали использовать анимационный сервис, который позволяет привлекать и удерживать клиентов, повышать прибыль и улучшать имидж предприятия.

Цель статьи – формирование технологических основ анимационной деятельности и исследование классификации анимационного сервиса на предприятиях общественного питания на основе анализа мирового и отечественного опыта.

Актуальность темы анимационного сервиса на предприятиях общественного питания заключается в том, что в условиях высокой конкуренции между заведениями общественного питания возрастает необходимость предлагать посетителям не только качественное обслуживание, но и уникальный опыт, который становится основой конкурентного преимущества.

В статье использован методический подход, который позволил рассмотреть различные аспекты анимационной деятельности и классифицировать ее по определенным критериям. Для этого применялись такие методы, как классификация, обобщение, анализ, синтез и типология. Также важным аспектом является использование практического материала, в частности, оценка разнообразия видов анимационной деятельности в ресторанах грузинской кухни "Супра" и сети пиццерий "Додо Пицца".

Основная часть. Исследования на тему анимационного сервиса доказывают, что это не просто метод привлечения посетителей, а особый вид культурно-досуговой деятельности. Проблему анимационного сервиса исследовали авторы (Е.С. Косарская, И.В. Осокина, Е.И. Макринова, М.Г. Мухина и др. [1–8]), в работах отражены общие тенденции анимационного сервиса на предприятиях общественного питания, приведены различные подходы к исследованию структуры и содержания анимационного сервиса.

Эксперты сходятся во мнении, что эффективно разработанный анимационный сервис имеет существенное влияние на формирование бренда и может быть эффективным инструментом в маркетинговых стратегиях на предприятиях общественного питания.

Однако эти данные не затрагивают вопросы, связанные с разработкой и внедрением анимационного сервиса непосредственно на предприятиях общественного питания. Соответственно, воздействие анимационных мероприятий на общую удовлетворенность потребителей может быть недооценено, что требует дополнительных исследований в данной области [табл. 1].

Таблица 1

Анимационный сервис на предприятиях общественного питания

Показатели		Взрослый/семейный сервис		Детский/семейный сервис			
		Тематические мероприятия	Выездные мероприятия	Праздники	Детские комнаты	Раскраски	Мастер классы
Мировые предприятия	Chuck E. Cheese		+	+	+	+	
	Rainforest Café	+		+	+	+	
	TGI Friday's	+					
	Hard Rock Café	+	+	+			
Российские предприятия	Грабли	+		+			+
	МУ-МУ				+	+	
	Теремок		+				+
	Додо Пицца			+	+	+	+

Разработано авторами по [9–16].

Использование анимационного сервиса на предприятиях общественного питания – это широко распространенная практика, успешно применяемая различными компаниями. Примерами мировых сетей, реализующих данный метод коммерческой деятельности являются: Chuck E. Cheese (США), Rainforest Café (США), TGI Friday's (США) и Hard Rock Café (Вели-

кобритания) и др. [9–12]. В России также есть успешные примеры, включая сети Грабли, МУ-МУ, Теремок и Додо Пицца и др. [13–16]. На основе примеров международных и российских сетей общественного питания с развитым анимационным сервисом представлена система анимационных мероприятий по группам предприятий, где определены схожие элементы анимации.

Для систематизации видов анимационных программ сформирована схема «Классификация анимации» (рис. 1), которая позволяет оценить разнообразие анимационной деятельности и помогает выбрать наиболее подходящие виды программ для конкретного типа заведения и его целевой аудитории.

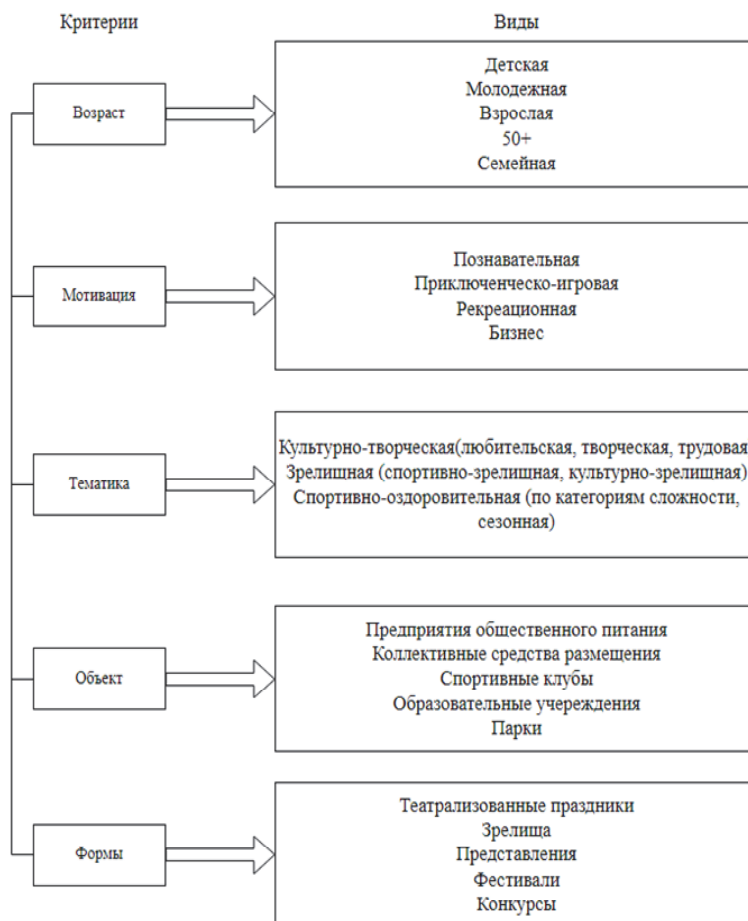


Рис. 1. Классификация анимации [5–7;17–19]

Предложенная классификация анимаций является инструментом для систематизации видов анимации на предприятиях общественного питания, что позволяет эффективно планировать и организовывать анимационные мероприятия.

Как отмечено, сложность разработки и высокие требования к качеству вызывают необходимость поэтапной детализации всех процедур подготовки и реализации анимационных программ, поэтому анализируя предприятия с анимационным сервисом, составлена авторская схема «Технологические основы анимационной программы» (рис. 2.).

Данная схема включает основные этапы и процессы, которые необходимы для создания качественной анимации, начиная от идеи и концепции и заканчивая производством и реализацией готового продукта. В процессе составления схемы учтены как практические аспекты работы с анимацией, так и теоретические подходы, и научные исследования, связанные с данной темой. Кроме того, в формировании схемы приняты во внимание современные тренды и инновационные подходы в области анимации, что позволяет использовать данную схему для создания конкурентоспособного и актуального сервиса.

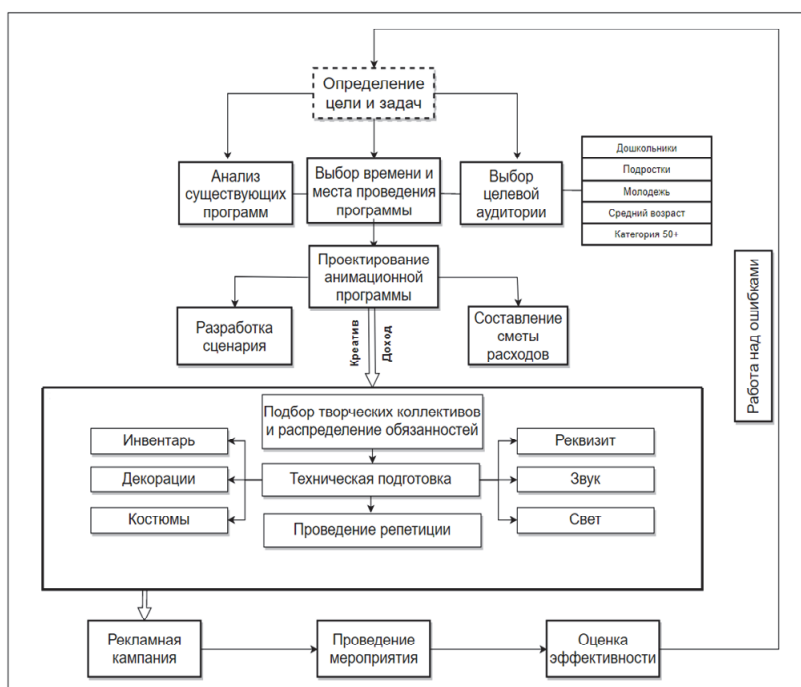


Рис. 2. Технологические основы анимационной программы [9-19]

Для более глубокого исследования аспектов разработки анимационных программ проведен сравнительный анализ их реализации на предприятиях «Супра» и «Додо пицца» (г. Владивосток) по выделенным категориям: активность программ (активные и пассивные), степень участия гостей (табл. 2).

Таблица 2

Анимационный сервис на предприятиях «Супра» и «Додо пицца»

Категории		Супра	Додо пицца
		Программы	
Степень активности	Активные	Интерактив	Еженедельный мастер-класс для детей
		Поздравление персонала при гостях	Экскурсии по пиццерии
		Фото на праздники	Доставка
		Доставка	Игровые комнаты
		Ча-ча фонтан	Додо раскраски
		Мастер-класс для присутствующих гостей	Фото на праздники
		Еженедельный мастер-класс для детей	
		Игры с гостями	
	Пассивные	Поздравление гостей	Поздравление гостей
		Тосты	Веб-камеры
		Посошок	Подарки гостям
		Подарки гостям	Новогоднее поздравление
		Почта	Благотворительность с заказов
		Новогоднее поздравление	Стеклянные стены
Уровень участия	С участием	Поздравление гостей	Еженедельный мастер-класс для детей
		Мастер-класс для присутствующих гостей	Тайные покупатели
		Еженедельный мастер-класс для детей	Инспекторы частоты
		Интерактив	Додо раскраски
		Игры с гостями	Игровые комнаты

Категории		Супра	Додо пицца
		Программы	
		Подарки гостям	
		Ча-ча фонтан	
	Без участия	Тосты	Веб-камеры
		Посошок	Благотворительность с заказов
		Поздравление персонала при гостях	Промоации новым клиентам
		Почта	Стеклянные стены
		Новогоднее поздравление	День директора
		Доставка	

Разработано авторами по [16, 20].

Выводы. Научной новизной исследования является формирование технологических основ анимационной программы и системы классификации анимационного сервиса с использованием различных типов и методов анимации на примере предприятий общественного питания с высокой и низкой степенью активностью анимационной деятельности.

Практическая значимость исследования заключается в оценке разнообразия видов анимационной деятельности, используемых в ресторанах грузинской кухни "Супра" и пиццериях "Додо Пицца" (г. Владивосток). Анализ применения различных типов анимационных программ на этих предприятиях общественного питания может помочь в разработке более эффективных стратегий использования анимационного сервиса и повышении уровня удовлетворенности клиентов.

1. Осокина И.В. Анимационный сервис // Цивилизация знаний: российские реалии: Труды Девятнадцатой Международной научной конференции (Москва, 20–21 апреля 2018 года). – Москва: Российский новый университет, 2018. – С. 400-406.

2. Косарская Е.С. Анимационный сервис. – Тверь: Тверской государственный технический университет, 2017. – 80 с.

3. Макринова Е.И., Мухина М.Г. Анимационный сервис // Международный журнал экспериментального образования. – 2012. – № 11. – С. 85-86. – EDN RAKLOR.

4. Türkyay, O., Korkutata, A., Yılmaz, Ö. // Does Animation Services Really Matter? Place of Animation Services in the Perceived Quality–Overall Satisfaction Model. // Journal of Tourism and Services. – 2018. – 9(16). – С. 14-30.

5. Шеметова Е.В., Поклад Н.А. Гастрономические мероприятия на туристском рынке г. Владивостока: состояние и оценка // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2021. – Т. 13, № 3. – С. 21-39.

6. Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Организованная событийность как инструмент развития туризма и гостинично-ресторанных комплексов (на примере Приморского края, г. Спасск-Дальний) // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8, № 4(29). – С. 127-131.

7. Кононов А.Ю., Прудникова К.А. Комплексная оценка организации ярмарочных мероприятий во Владивостоке // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2020. – Т. 12, № 1(48). – С. 62-75.

8. Исследование: как мероприятия и события улучшают восприятие бренда и увеличивают продажи // EventRocks URL: <https://blog.eventrocks.ru/issliedovaniie-kak-ivient-markietingh-vliiaiet-navospriiatiiie-briendov/> (дата обращения: 24.02.2023).

9. Chuck E. Community. – Текст: электронный // Chuck E. Cheese [сайт]. – URL: <https://chuckecheese.com/tt/> (дата обращения: 24.02.2023).

10. Rainforest Café. – Текст: электронный. – URL: <https://www.rainforestcafe.com/> (дата обращения: 24.02.2023).

11. TGI Friday's. – Текст: электронный. – URL: <https://tgifridays.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).

12. Hard Rock Café. – Текст: электронный. – URL: <https://www.hardrockcafe.com/> (дата обращения: 24.02.2023).

13. Грабли. – Текст: электронный. – URL: <https://grabli.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).

14. МУ-МУ. – Текст: электронный. – URL: <https://www.cafemumu.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).

15. Теремок – Текст: электронный. – URL: <https://teremok.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).
16. Додо Пицца. – Текст: электронный. – URL: <https://dodopizza.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).
17. Егоршин А.П. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе: учеб. пособие, 2018. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=30968235>
18. Никитский М.В. Теоретические и исторические аспекты современной социокультурной анимационной деятельности // Вестник ПСТГУ IV: Педагогика. Психология. 2018. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=3468755>
19. 2022 Event Trends Report // Skift Meetings [сайт]. – URL: <https://meetings.skift.com/reports/2022-event-trends-report/> (дата обращения: 27.02.2023).
20. Супра. – Текст: электронный. – URL: <https://suprav1.ru/> (дата обращения: 24.02.2023).

УДК 728.51

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ г. ВЛАДИВОСТОКА

А.В. Карпенко
бакалавр
В.К. Шевченко
ассистент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Современный гостиничный бизнес развивается в условиях высокой конкуренции, так как число гостиничных предприятий и пресыщение потребителей стандартным набором услуг постоянно увеличивается. Вместе с развитием гостиничного продукта, повышаются и запросы потенциальных гостей к предлагаемым услугам. Для того чтобы широкий спектр услуг, предоставляемых гостиницей был востребован, требуется донести до конкретного потребителя информацию, как о самих услугах, так и о предприятии, их предоставляющем. Поэтому наиболее существенную роль в развитии гостиничного предприятия играют инструменты продвижения, маркетинга и рекламы гостиничных услуг.

Ключевые слова: гостиничные услуги, рынок гостиничных услуг, гостиничный сервис, гостиничное обслуживание, продвижение гостиничных услуг, маркетинг гостиничных услуг, потребители гостиничных услуг.

MODERN TRENDS IN THE PROMOTION OF HOTEL SERVICES IN VLADIVOSTOK

The modern hotel business operates in a highly competitive market, as new hotels are constantly opening, the purpose of which is to satisfy consumers as completely as possible. Along with the development of the hotel product, the requests of potential guests to the services offered are also increasing. In order for a wide range of services provided by the hotel to be in demand, it is required to convey information to a specific consumer, both about the services themselves and about the company providing them. Therefore, the most significant role in the development of a hotel enterprise is played by the tools of promotion, marketing and advertising of hotel services.

Keywords: hotel services, hotel services market, hotel services, hotel services, promotion of hotel services, consumers of hotel services.

Роль продвижения гостиничных услуг заключается в налаживании коммуникаций с отдельными клиентами, группами клиентов, а также организациями с помощью прямых средств (реклама в социальных сетях, размещение информации на сайтах-агрегаторах и т.д.) и косвенных средств (продажа через посредников, распространение информации через туристско-информационные центры, бизнес-партнеров и т.д.) с целью увеличения прибыли предприятия и создания благоприятного имиджа средства размещения.

Актуальность исследования заключается в том, что в условиях постоянных изменений ситуации на рынке туризма и роста запросов потребителей к гостиничному и туристскому продукту, особую значимость приобретает продвижение и использование современных технологий донесения информации о гостиничных услугах до конечного потребителя.

Цель: изучив рынок предприятий размещения г. Владивостока определить наиболее используемые методы продвижения гостиничных услуг.

Задачи исследования:

- изучить рынок гостиничных услуг г. Владивостока;
- определить современные механизмы продвижения гостиничных услуг, применяемые на рынке г. Владивостока;
- проанализировать применяемые механизмы продвижения гостиничных услуг, с точки зрения современных тенденций.

Современные гостиничные предприятия используют в своей деятельности сложные коммуникационные системы для поддержания контактов с посредниками, клиентами, а также, различными общественными организациями и слоями населения [1]. Для установления взаимосвязи между процессами предоставления гостиничных услуг и процессами их реализации через установленные каналы коммуникации необходимо изучить сущность гостиничных услуг.

Российский исследователь Ю.Ф. Волков, занимающийся изучением гостиничных услуг с точки зрения их экономического потенциала, высказывается об их сущности как о результате деятельности специально обученного, подготовленного к работе обслуживающего персонала, с целью создания эффекта удовлетворения потребностей клиентов [2].

На наш взгляд такая трактовка сущности гостиничной услуги является не совсем верной и достаточно устаревшей. Сущность гостиничных услуг в современных условиях может быть выражена в нематериальном характере (невещественном) их деятельности и достижении максимально полного удовлетворения запросов потребителей в условиях постоянной конкуренции гостиничного бизнеса, с конечной целью получения прибыли.

В индустрии туризма одну из ключевых функций выполняют предприятия гостиничного бизнеса, которые предлагают клиентам комплекс услуг: проживание, питание, а также широкий спектр дополнительных услуг (транспортное и экскурсионное обслуживание, услуги связи, косметические, спортивные, информационные и другие услуги). Деятельность любого предприятия гостиничной индустрии направлена на качественное удовлетворение запросов гостей и получение прибыли, и всё это в условиях постоянно растущей конкуренции. Именно стремление к узнаваемости предприятия на рынке и созданию благоприятного, устойчивого имиджа является двигателем для развития новых способов продвижения гостиничного продукта.

Опираясь на исследования современного состояния сферы гостиничных услуг, можно заключить, что в настоящее время происходит формирование комплексной системы их продвижения, в том числе способствующей изменению мирового рекламного рынка.

Исследователи (П. Друкер, Д. Бернет, С. Мориарти и др.) выделяют ряд методов продвижения услуг в гостиничном бизнесе, среди которых основную роль отводят таким методам, как [3, 4]:

- реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- связи с общественностью (паблик рилейшнз) – метод коммуникаций, направленный на формирование имиджа предприятия;
- стимулирование сбыта – это маркетинговая стратегия, при которой запускаются краткосрочные кампании для увеличения спроса на конкретный продукт, услугу;
- прямой маркетинг – интерактивная система, позволяющая установить прямые контакты с клиентом и осуществлять транзакции (прямая почтовая рассылка, телевидение и другие медиа-средства, онлайн-каналы (интернет, мобильная связь и пр.));
- личные продажи (директ-маркетинг) – процесс переговоров, осуществляемый непосредственно между клиентом и продавцом услуг.

По нашему мнению, любые современные способы продвижения и коммуникаций в гостиничном бизнесе строятся на основании вышеперечисленных методов.

По данным «Экономического мониторинга города Владивостока», характеризующего состояние и динамику развития экономической, социальной и иных сфер жизнедеятельности» за 2022 год в городе Владивостоке размещается 777 предприятий гостеприимства [5], что на 5,7% ниже показателей 2021 года.

Таблица 1

Количество предприятий гостеприимства на рынке гостиничных услуг г. Владивостока, ед.

Показатель	Годы			Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021 к 2020	2022 к 2021
Всего субъектов малого и среднего предпринимательства г. Владивосток, в том числе	25 922	24 218	24 193	93,4	99,9
Количество предприятий гостеприимства	846	792	777	93,6	98,1
Среднесписочная численность работников предприятий гостеприимства	5185	5339	5659	103	106

Составлено автором по [5].

Из таблицы видно, что число предприятий гостеприимства на рынке гостиничных услуг г. Владивостока ежегодно снижается. С 2020 года число предприятий уменьшилось на 69 единиц. Количество предприятий гостеприимства на рынке города Владивостока сокращается быстрее чем общее количество предприятий, функционирующих на рынке г. Владивостока. На сокращение числа гостиничных предприятий во многом повлияло снижение туристского потока из-за распространения новой коронавирусной инфекции. Например, в 2021 году поток иностранных гостей по делам бизнеса, в качестве туристов и по частным приглашениям во Владивосток стал меньше, чем в первый пандемийный 2020 год. Регион с этими целями посетили 8 306 человек, в то время как в 2020 году в Приморье побывало 44 628 гостей [6].

В 2022 году туристский поток на Дальний Восток вырос на 25% за счет развития внутреннего туризма и введения ряда ограничений, препятствующих россиянам выезд за рубеж. Наибольший поток туристов в Приморский край приходится на летний период – путешественников привлекает теплое море, местные курорты и гастрономический туризм [7<https://prim-gbc.ru/prim/freenews/643352ef9a7947f41ebec496>]. По количеству туристских посещений в Приморский край Владивосток занимает лидирующую позицию.

Анализируя рынок предприятий города Владивостока, можно выделить ряд наиболее распространенных рекламных методов:

- наружная реклама – щиты, растяжки, указатели, вывески, световые короба, светящиеся буквы;
- печатные СМИ – имиджевая реклама, выполненная в виде информационных статей или рубричная реклама;
- радио и телевидение – видеоролики, бегущая строка, спонсорство, дикторское объявление;
- сеть Интернет-реклама в социальных сетях (наиболее востребованные: «ВКонтакте», «Одноклассники», видеохостинг «YouTube», мессенджеры «WhatsApp», «Telegram» и др.), контекстная реклама, SMM – продвижение (покупка рекламы у блогеров), баннерная реклама, реклама на собственных сайтах гостиничных предприятий, размещение предложений и отзывов на специальных площадках (tripadvisor.ru, 101hotels.com, irecommend.ru, otzovik.com);
- связи с общественностью – участие предприятий гостеприимства в различных выставках и конференциях и др.

Финансовый успех любого гостиничного предприятия зависит от заполнения ее номерного фонда, однако, для комплексной эксплуатации гостиничного предприятия необходимы дополнительные инструменты продаж. Одним из самых эффективных является on-line бронирование с использованием специальных интернет платформ-агрегаторов.

По данным сайта «bnovo.ru» тренд на появление новых систем бронирования и каналов дистрибуции начал расти в начале 2022 года и продолжит свое развитие в 2023 году. После ухода из России онлайн систем бронирования средств размещения «Booking» и «Airbnb» ТОП самых эффективных каналов продаж возглавляет компания «Ostrovok.ru» [8].

На текущую дату по данным сайта «Ostrovok.ru» в городе Владивостоке наибольшее количество средств размещения расположено в центре города [8]. На данном агрегаторе представлены практически все гостиницы города. Из них наибольшее количество гостиниц имеют однозвездную классификацию (87,94 %).

Таблица 2

Распределение предприятий гостеприимства на рынке г. Владивостока по количеству звезд, ед.

Количество звёзд	Доля в общем числе, %	Количество	Наименование коллективного средства размещения (КСР)
5*	0,39	3	VLADIVOSTOK Grand Hotel & SPA, Lotte Hotels&Resorts, Комплекс Tigre de Cristal Resort & Casino
4*	1,93	15	AZIMUT, V Hotel&Rooftop Lounge, Lido Central, Бутик-отель R, Bay Garden, Novotel Vladivostok, New Living Vladivostok, Villa Arte и др.
3*	7,98	62	Аванта, Экватор, Приморье, VLcome Inn, Тепло, Incanto, Астория, Golden Horn Bay View, Marine Wave, MOPE, Mina Arbat и др.
2*	1,67	13	Аттика, Приморавоттранс, Моряк, Бирюза, Гранит, ALLURE (Аллюр), мотель Заречное, Ренессанс, Наири, Yavlati и др.
1* или без звезд	88,03	684	Panorama Sea View, W Suites, Апарта-отель Bay View, The V Central, Грааль, Sea View, Panorama Suites, Panorama Apartments, One Sea Boutique, Capsule Aloha, History Hotel, Agave и др.
Всего	100	777	

Составлено автором по [8].

Из таблицы видно, что наибольшую долю занимают предприятия гостеприимства с одной или без звезд за счет включения в данную категорию таких средств размещения, как hostels, гостевые дома, базы отдыха, мотели, комплексы апартаментов, апарта-отели.

Гостиничными предприятиями города Владивостока используются различные каналы продвижения, зависящие от сегмента гостей и района размещения (табл. 3).

Таблица 3

Использование каналов продвижения гостиничными предприятиями города Владивостока

Наименование КСР								
Категории сравнения	Lotte Hotels&Resorts	VLADIVOSTOK Grand Hotel & SPA	AZIMUT	Novotel	Экватор	Приморье	Моряк	ALLURE
Адрес	ул. Семёновская, 29	ул. Корабельная Набережная, 10	ул. Набережная, 10	Партизанский просп., 44, корп. В	ул. Набережная, д. 20	ул. Посьетская, 20	ул. Посьетская, 38	ул. Воропаева, 41а
Категория/тип размещения	5 звезд/отель	5 звезд/отель	4 звезды/отель	4 звезды/отель	3 звезды/арт-конгресс-отель	3 звезды/гостиница	2 звезды/гостиница	2 звезды/гостиница

Окончание табл. 3

Наименование КСР								
Категории сравнения	Lotte Hotels&Resorts	VLADIVOS TOK Grand Hotel & SPA	AZIMUT	Novotel	Экватор	Приморье	Моряк	ALLURE
Функции сайта	Модуль онлайн-бронирования, личный кабинет, многоязычность (+6), галерея, информирование о доп. услугах	Модуль онлайн-бронирования, информирование о доп. услугах	Модуль онлайн-бронирования, личный кабинет, многоязычность (+2), информирование о доп. услугах	Модуль онлайн-бронирования, информирование о доп. услугах	Модуль онлайн-бронирования, многоязычность (+3), информирование о доп. услугах	Модуль онлайн-бронирования	Модуль онлайн-бронирования, многоязычность (+2)информирование о доп. услугах	Модуль онлайн-бронирования, информирование о доп. услугах
Соц. Сети/ сайты	ВК, Youtube, Telegram	ВК, Telegram	ВК, Youtube	ВК	ВК, Telegram	-	-	ВК, Telegram
Сайты-агрегаторы	Ostrovok.ru, travelata.ru, 101hotels.com, hotel.tutu.ru, sutochno.ru, Bronevik							
Акционная система	Промокоды, пакетные предложения, система скидок	Рассылка, спец. предложения, система скидок	Спец. предложения, система скидок	Спец. предложение, система скидок	Акции, пакетные предложения	Сезонные акции	Сезонные акции	-
Корпоративная программа	+	+	+	-	+	-	-	-
Другая реклама	Наружная реклама, печатная, таргет, участие в мероприятиях	Наружная реклама, печатная, участие в мероприятиях	Фасадные рекламные конструкции, таргет	Наружная реклама	Фасадные рекламные конструкции, таргет, участие в мероприятиях	Наружная реклама	Наружная реклама	Наружная реклама

Составлено автором по [9–16].

В таблице 3 представлены наиболее популярные коллективные средства размещения города Владивостока по данным сайтов Tripadvisor, Ostrovok.ru и аналитического портала MyTravel365. Рекламные средства используют все гостиничные предприятия г. Владивостока, они используют фасадные рекламные конструкции, наружную рекламу и рекламу в СМИ. Акционную и корпоративную систему используют в основном сетевые отели, для которых такой метод продвижения позволяет формировать единую, сквозную клиентскую базу.

Все представленные в таблице средства размещения имеют персональные сайты, структурированные и удобные в использовании для гостя, впервые попадающего на страницу средства размещения. На наш взгляд именно функциональный, проработанный интерфейс сайта гостиницы позволяет увеличить число потенциальных гостей, за счет возможности бесконтактного получения информации и зрительного насыщения пользователей. При этом только у двух гостиниц имеется личный кабинет, языковой модуль (выбор языка сайта) имеют только три средства размещения. Распространение информации об услугах средств размещения в социаль-

ных сетях также говорит о предоставлении возможности для узнаваемости гостиницы среди потенциальных гостей через современные обезличенные каналы связи.

Средства размещения города Владивостока более высокого сегмента используют PR-деятельность в основном в период проведения крупных мероприятий, например, форум ВЭФ. Малые гостиничные предприятия реже участвуют в качестве официальных площадок по приему гостей ВЭФ, в связи с предъявляемыми требованиями к размещению и необходимостью прохождения ежегодного мониторинга.

По данным, собранным с сайтов гостиничных предприятий города Владивостока, аналитического портала путешествий MyTravel365, а также основываясь на работах авторов-исследователей, изучающих гостиничный бизнес города Владивостока, можно сделать вывод, что в последнее время активно развивается методика стимулирования сбыта – привлечение клиентов с помощью программ лояльности, предоставления льгот и дополнительных бонусов. В целом, из проанализированных 8 средств размещения 5 используют системы скидок, 4 корпоративные программы, 4 специальные предложения. Информацию о большинстве гостиниц города Владивостока возможно найти в сети Интернет, а продвижение в социальных сетях является наиболее перспективным способом донесения информации до конечного потребителя и получения обратной связи.

По итогам краткого анализа, можно говорить об активном использовании гостиницами Владивостока различных методов продвижения, которые основываясь на классических рекламных способах все больше переходят в цифровой формат и позволяют потребителю получить доступ к рекламному продукту самостоятельно, упрощая процесс информирования.

Для предприятий гостиничного бизнеса города Владивостока предлагается использовать новые форматы продвижения, такие как [17,18]:

- создание кратких видеороликов – все социальные сети продвигают такой формат, так как небольшое видео посмотреть проще и интереснее, чем тратить время на чтение или просмотр страниц сайта;

- активное SMM – продвижение в социальных сетях остается наиболее популярным каналом для привлечения молодой и активной целевой аудитории. Работа в социальных сетях позволяет отслеживать и управлять репутацией, расширять степень присутствия, наращивать базу потенциальных клиентов, увеличивать лояльность, получать информацию о целевой аудитории, которая заинтересовалась услугами и может стать покупателями;

- использование мессенджеров – активная работа с целевой аудиторией через создание чатов WhatsApp и Telegram-каналов уже является неотъемлемым средством связи с посетителями, посредством которого можно быстро и оперативно получать информацию об услугах, бронировании и др.;

- участие в событийных мероприятиях – например, форум ВЭФ (10–13 сентября 2023), Дальфест (26–28 августа 2023 года), Тихоокеанский туристский форум, Дальневосточный медиасаммит (8–10 июня 2023 года), Восточный нефтегазовый форум (5–6 июля 2023 года) и др.;

- работа с турфирмами – на 2023 год планируется значительное увеличение туристического потока в связи со снятием ряда ограничений и открытием границ многими азиатскими странам;

- ежеквартальное использование специальных предложений и сезонных акций. Во время праздников потребители легче решаются на покупки. В такие периоды отели могут использовать акции, чтобы увеличить количество бронирования на сайте и загрузить отель в несезон.

Следует учитывать, что использование конкретных каналов продвижения зависит от стратегии предприятия, задач, направленных на привлечение конкретного сегмента потребителей и плана позиционирования гостиничных услуг. При этом необходимо тщательно планировать программу продвижения, измерять конечные результаты и своевременно вносить корректировки [19]. Следует учитывать то, что в гостиничном бизнесе все больше внедряются онлайн-каналы продвижения гостиничных услуг, Интернет предоставляет гостиницам набор инструментов, с помощью которого гости предпочитают заранее бронировать номера, поэтому представление гостиничного предприятия в сети является одним из определяющих факторов продаж.

1. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, М.А. Морозов, А.Д. Чудновский [и др.]. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2019. – 288 с.

2. Волков Ю.Ф. Технологии гостиничного обслуживания: серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 384 с.

3. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. – Москва: Дело, 2019. – 349 с.
4. Бернет Д., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 322 с.
5. Экономический мониторинг города Владивостока. – Текст: электронный. – URL: <https://vlc.ru/economy/state-economy-section/1372> (дата обращения: 20.03.2023).
6. В Приморье готовятся к восстановлению упавшего въездного турпотока. – Текст: электронный. – URL: <https://prim-travel.ru/2022/02/turpotok-inostrannykh-gostej-v-primore-v-2021-godu-sokratilsya-v-pyat-gaz/> (дата обращения: 20.03.2023).
7. Полтора миллиона туристов посетили Приморье в 2022 году – Текст: электронный. – URL: <https://vostokmedia.com/news/2022-12-30/polтора-milliona-turistov-posetili-primorie-v-2022-godu-2628811> (дата обращения: 20.03.2023).
8. Островок.ру. – Текст: электронный. – URL: <https://ostrovok.ru/hotel/russia/vladivostok/?q=3748&guests=2&map=true&price=one&sid=177c6462-0442-43ab-a800-a88dcb92bae5> (дата обращения: 25.03.2023).
9. Официальный сайт гостиницы «Lotte Hotels&Resorts». – Текст: электронный. – URL: <https://www.lottehotel.com> (дата обращения: 27.03.2023).
10. Официальный сайт гостиницы «VLADIVOSTOK Grand Hotel & SPA». – Текст: электронный. – URL: <https://vladivostokgrandhotel.ru> (дата обращения: 27.03.2023).
11. Официальный сайт гостиницы «AZIMUT». – Текст: электронный. – URL: <https://azimuthotels.com/ru> (дата обращения: 27.03.2023).
12. Официальный сайт гостиницы «Novotel». – Текст: электронный. – URL: <https://www.novotel-vladivostok.com> (дата обращения: 27.03.2023).
13. Официальный сайт гостиницы «Экватор». – Текст: электронный. – URL: <https://hotelequator.ru> (дата обращения: 27.03.2023).
14. Официальный сайт гостиницы «Приморье». – Текст: электронный. – URL: <https://hotelprimorye.ru> (дата обращения: 27.03.2023).
15. Официальный сайт гостиницы «Моряк». – Текст: электронный. – URL: <https://hotelm.ru> (дата обращения: 27.03.2023).
16. Официальный сайт гостиницы «ALLURE». – Текст: электронный. – URL: <http://alluerhotel.ru.com> (дата обращения: 27.03.2023).
17. Трансформация индустрии гостеприимства: новые решения и тренды 2022. – Текст: электронный. – URL: <https://bnovo.ru/blog/transforming-the-hospitality-industry-2022> (дата обращения: 28.03.2023).
18. Маркетинг в гостиничном бизнесе. Тренды в 2023 году. – Текст: электронный. – URL: <https://stom-media.ru/marketing-hospitality-industry> (дата обращения: 28.03.2023).
19. Шутина Ю.В., Вапнярская О.И. Разработка и внедрение системы онлайн-продаж в гостиничном бизнесе в период пандемии COVID-19 // Молодой ученый. – 2021. – № 1 (343). – С. 206–210.

УДК 379.85

АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА г. ВЛАДИВОСТОКА

В.В. Панфилова

бакалавр

А.В. Перфильев

канд. хим. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена анализу внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие гостиничного рынка в современных условиях на примере города Владивостока. Предметом исследования в статье является внешняя и внутренняя среда для успешного позиционирования гостиничных предприятий г. Владивостока. В ходе работы были проанализированы внешние и внутренние факторы, влияющие на гостиничный рынок г. Владивостока.

Ключевые слова: *внешние факторы, внутренние факторы, гостиничное предприятие, гостиничный рынок.*

ANALYSIS OF EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL MARKET IN VLADIVOSTOK

The article is devoted to the analysis of external and internal factors influencing the development of the hotel market in modern conditions on the example of the city of Vladivostok. The subject of research in the article is the external and internal environment for the successful positioning of hotel enterprises in Vladivostok. In the course of the work, external and internal factors affecting the hotel market in Vladivostok were analyzed.

Keywords: external factors, internal factors, hotel enterprise, hotel market.

Введение

В настоящее время в сложившихся экономических условиях, как в отдельных странах, так и на мировой арене в общем, на развитие гостиничного рынка оказывают влияние различные внешние и внутренние факторы.

Многоотраслевой характер сферы гостиничных услуг и тесная факторная взаимозависимость практически со всеми сферами жизнедеятельности позволяют использовать гостиничный бизнес как действенный инструмент стимулирования социально-культурного роста региона.

Чтобы быть конкурентоспособными, гостиницы вынуждены учитывать практически все внешние и внутренние факторы в своей деятельности и активно использовать их в свою пользу.

Выделение факторов на внешние и внутренние обусловлено тем, что внутренняя среда организации – это та часть общей среды, которая находится в рамках организации и оказывает постоянное и непосредственное воздействие на функционирование организации. Факторы внешней среды обусловлены долговременными тенденциями и не связаны волевыми решениями конкретного субъекта.

Внутренними являются факторы, воздействующие на отдельную гостиницу или в целом на индустрию.

Классификация факторов представлена на рис. 1.



Рис. 1. Классификация факторов в зависимости от направленности воздействия

Рынок гостиничных услуг интенсивнее развивается в тех регионах, где стабильная политическая, социальная и экономическая ситуация, богатая социально-культурная инфраструктура, а также благоприятный климат для прогулок или пляжного отдыха. Тормозящими факторами выступает достаточно большое количество аспектов, из основных можно выделить сезонность пребывания в туристской дестинации, высокая текучесть кадров, а также трудности в налогообложении.

Факторы, влияющие на развитие гостиничного рынка г. Владивостока

Выгодное геополитическое положение Приморского края в целом и г. Владивостока в частности предоставляет огромные перспективы для развития гостиничного и туристского бизнеса. В частности:

- наличие морских и наземных границ с несколькими государствами;
- Приморский край и г. Владивосток являются крупным логистическим узлом внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близость к странам Азиатско-Тихоокеанского региона – лидерам на рынке туристских услуг;
- административный центр края г. Владивосток является центром деловой активности всего ДФО;
- наличие высших образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

К факторам, сдерживающим развитие гостиничного бизнеса в Приморском крае и в г. Владивостоке, можно отнести следующие:

- серьезная нехватка компетентных работников в гостиничной сфере;
- владельцы гостиничных объектов не всегда могут обеспечить своих сотрудников высокой заработной платой;
- имеется острая нехватка линейного персонала. Работа тяжелая, и здесь наблюдается текучка кадров, а обучать сотрудников навыкам грамотной работы приходится постоянно.

В 2019 году туристический поток в столицу Приморского края составлял более 3 млн человек, но в связи с коронавирусной инфекцией COVID-19, туристический поток в 2020 году значительно снизился до 1 млн человек, из которых большую часть составляют граждане РФ, в 2021–2022 гг., после отмены локдаунов по стране, на рисунке можно заметить большой прирост туристов в город Владивосток (рис. 2).



Рис. 2. Количество туристов в г. Владивостоке 2019–2022 гг. [2]

Данные показатели указывают на активное развитие внутреннего туризма в г. Владивостоке, и в целом, в Приморском крае.

Также 15.03.2023 консульский департамент МИД КНР сообщил, что с 15 марта Китай возобновляет выдачу всех типов виз для иностранных граждан, приостановленную в марте 2020 года из-за пандемии. 26.03.2023 из владивостокского аэропорта «Кневичи» вылетел первый послековидный прямой рейс в Харбин. Данные новости означают скорое восстановление туризма с Китаем, и то, что гостиницы г. Владивостока вновь будут принимать китайских гостей.

Главными факторами развития туризма и гостеприимства в Приморском крае являются следующие:

- активная поддержка государства в развитии инфраструктуры туризма и гостеприимства (льготные программы, кэшбек, субсидии и мн. др.);
- маркетинговая кампания по привлечению туристов в Приморский край, г. Владивосток;
- ежегодные событийные мероприятия в крае и городе (гастрономические фестивали, концерты, спортивные мероприятия и др.);
- стабильная экономическая ситуация в регионе, содействующая внутреннему туризму среди населения;
- культурный аспект г. Владивостока

Основная загрузка гостиниц города Владивостока приходится на летний период – это высокий сезон, он начинается в мае–июне и заканчивается с приходом октября. В это время загрузка увеличивается до максимума.

Для определения сильных и слабых сторон в сфере гостиничного бизнеса г. Владивостока, а также чтобы оценить потенциальные возможности и угрозы в гостиничной индустрии был проведен SWOT-анализ развития гостеприимства в г. Владивостоке (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ развития гостеприимства в г. Владивостоке

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> – наличие природного потенциала (расположение на берегу Японского моря); – огромное количество культурных достопримечательностей; – наличие высших образовательных учреждений по подготовке квалифицированного персонала в городе; – организация крупных региональных, международных, развлекательных и спортивных мероприятий (ВЭФ, спортивные игры Дети Азии 2022, различные гастрономические фестивали и мн. др.); – заинтересованность правительства Приморского края в развитии гостиничной отрасли; – относительно стабильная экономическая ситуация в регионе; – регулярное совершенствование и модернизация гостиничного продукта. 	<ul style="list-style-type: none"> – низкое качество обслуживания посетителей на предприятиях туризма и гостеприимства, несоответствие некоторых гостиниц международным стандартам; – недостаточное образование в области гостеприимства у сотрудников гостиницы (незнание иностранных языков, стандартов международного обслуживания); – высокая текучесть кадров; – низкая заработная плата; – несоответствие уровня цен коллективных средств размещения качеству оказываемых услуг потребителям; – несовершенство нормативно-правовой базы в сфере гостиничного бизнеса; – отсутствие надежного информационного источника о гостиничных предприятиях в г. Владивостоке.
Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> – формирование конкурентоспособного гостиничного продукта на национальном и международном гостиничном рынке услуг; – ускоренная интеграция Приморского края в азиатско-тихоокеанский туристский рынок; – подготовка высококвалифицированного персонала для гостиничной индустрии гостеприимства, повышение конкурентоспособности гостиничных услуг г. Владивостока; – развитие в городе событийного и делового туризма; – создание собственных уникальных гостиничных брендов и предложений в общем наборе услуг на предприятиях сферы гостеприимства. 	<ul style="list-style-type: none"> – снижение конкурентоспособности гостиничных предприятий на национальном и международном гостиничном рынках, из-за снижения туристкой привлекательности Приморского края; – снижение вклада гостиничной индустрии в социально-экономическое развитие Приморского края; – снижение коэффициента заполняемости номерного фонда коллективных средств размещения; – изменение (ужесточение) законодательства в гостиничной области; – замедление темпов роста рынка в связи с неблагоприятными ситуациями в политической и экономической сферах.

Город Владивосток обладает огромным количеством возможностей для развития туризма и гостиничного бизнеса, но существует также большое количество негативных факторов, затормаживающих развитие туризма и гостеприимства. Во Владивостоке основным фактором является сезонность. В летний период перегрузка и нехватка мест временного пребывания, в зимний период – простой гостиничного бизнеса.

Для решения данных проблем правительству Приморского края необходимо подключать денежные средства, рассматривать инновационные идеи и привлекать предпринимателей в город, для успешной реализации проектов, которые будут способствовать развитию зимних и летних видов туризма.

1. Факторы, влияющие на развитие и организацию гостиничного дела. – Текст: электронный. – URL: https://studme.org/358486/turizm/factory_vliyayushchie_razvitie_organizatsiyu_gostinichnogo_dela

2. Официальный сайт Администрации г. Владивостока о туризме и КСР. – Текст: электронный. – URL: <https://vlc.ru/city-environment/Turizm/>

3. Роль сезонности в гостиничном бизнесе Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <https://moluch.ru/archive/210/51458/>

4. Власти Приморья ожидают, что турпоток в край в 2023 году вырастет до 3,5 млн человек. – Текст: электронный. – URL: <https://primamedia.ru/news/1467312/>

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ НА РЫНКЕ г. ВЛАДИВОСТОКА

У.Н. Полищук
бакалавр
Е.В. Шеметова
старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена анализу дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока. Выявлены типы и кулинарная специализация предприятий, определены дополнительные услуги в сфере общественного питания г. Владивостока. Проведено анкетирование и выявлены потребительские предпочтения в дополнительных услугах предприятий питания.

Ключевые слова: услуги предприятий питания, дополнительные услуги, предприятие общественного питания, г. Владивосток.

ADDITIONAL SERVICES OF CATERING ENTERPRISES IN THE VLADIVOSTOK MARKET

The article is devoted to the analysis of additional services of public catering enterprises in Vladivostok. The types and culinary specialization of public catering enterprises are determined, additional services in the field of public catering in Vladivostok are determined. A survey was conducted and consumer preferences in additional services of public catering enterprises were revealed.

Keywords: catering services, additional services, catering company, Vladivostok.

Отрасль общественного питания вносит значительный вклад в социально-экономическое развитие страны, является одной из наиболее быстроразвивающейся и имеющей значительный потенциал. В настоящее время сфера общественного питания занимает второе место по рентабельности, при этом данный вид бизнеса относится к одним из самых рискованных и по вероятности банкротства занимает четвертое место [1].

Деятельность предприятий питания не ограничивается предоставлением только непосредственно услуги питания, но и предоставляют в совокупности с ней большой спектр различных услуг, которые зачастую превышают 50 процентов доходности бизнеса. Наличие дополнительных услуг, оказываемых предприятием общественного питания, повышает его конкурентоспособность. В наши дни это является одним из главных факторов при выборе того или иного заведения общественного питания.

Услуги являются одним из важнейших критериев выбора тренда предприятия питания, а для повышения конкурентоспособности рестораторы пытаются создавать оригинальные дополнительные услуги [2-3]. Современные требования рынка потребителей к услуге питания определяются демократичностью и разнообразием, получением впечатлений от вкусовых ощущений и сочетания цены-качества. Следовательно, услуги предприятий питания обладают качествами, имеющими глобальный характер – относящиеся ко всем услугам, так и частичный – присутствуют только в ресторанном бизнесе [4].

Согласно ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования, услуги общественного питания могут быть основными и дополнительными. Часто дополнительные услуги являются эмоциональной выгодой с точки зрения определения потребительской ценности продукции общественного питания. И потребители давно воспринимают и новые форматы обслуживания, и интересную подачу только в комплексе с хорошей едой и обслуживанием [4-6].

Цель исследования – проанализировать дополнительные услуги предприятий общественного питания г. Владивостока.

Задачи:

- проанализировать услуги предприятий общественного питания г. Владивостока;
- выявить потребительские предпочтения в услугах предприятий питания г. Владивостока.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

Рынок услуг общественного питания в г. Владивостоке имеет существенные отличия от других регионов страны в силу того, что Владивосток является портовым пограничным городом с активно продвигаемым правительством имиджем европейского города в Азии. Именно поэтому рынок общественного питания во Владивостоке крайне разнообразен: региональная кухня Дальнего Востока, национальная русская, различные азиатские, а также другие кухни повсеместно представлены различными предприятиями общественного питания, которые и являются объектами интереса со стороны туристов [7].

На основании исследований открытых источников во Владивостоке насчитывается свыше 600 предприятий общественного питания разного класса, из них были проанализированы 477 [8-9]. Структура рынка общественного питания во Владивостоке по итогам 2022 года выглядит следующим образом (рис. 1).

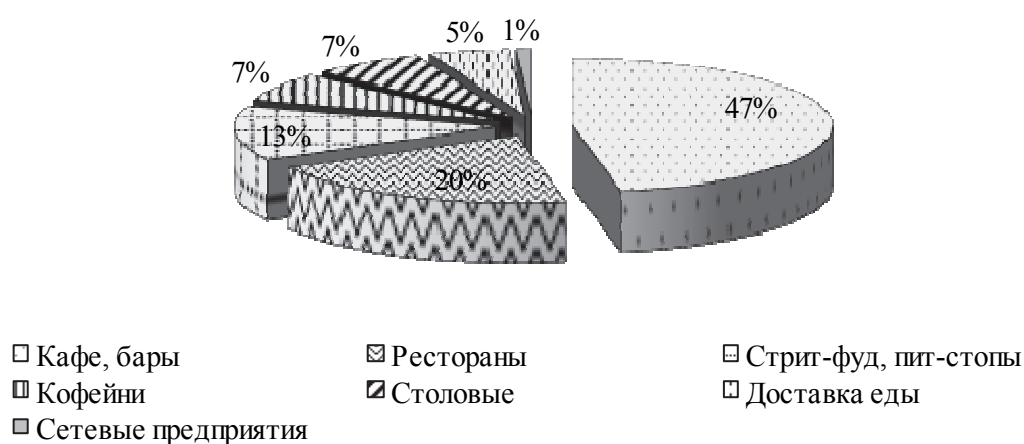


Рис.1. Структура рынка общественного питания г. Владивостока в 2022 году

Таким образом, 74% составляют рестораны, кафе, кофейни и бары (верхний и средний сегменты рынка). Предприятия быстрого питания (fastfood) представлены меньшим сегментом (13%), чем в целом по стране. В большей части это столовые и закусочные, количество сетевых заведений быстрого питания мало (всего 1%), что обусловлено отдаленностью от финансового и экономического центра России. Довольно большое количество заведений уличной еды представлено в необычном формате – в виде киосков «пит-стопов», расположенных вдоль автодорог и пользующихся популярностью у автовладельцев города. Поскольку Владивосток считается городом с наибольшим удельным весом автомобилей на тысячу жителей данное направление сферы общественного питания получило развитие и стабильный спрос.

Всего на рынке ресторанных услуг г. Владивостока представлены кухни более 20 национальностей, наибольшее распространение имеют европейская, итальянская, японская, русская, китайская, корейская, паназиатская, во многих предприятиях представлены сразу несколько кулинарных специализаций. Что касается среднего чека, то если рассматривать рестораны с менее широким перечнем блюд и предоставляемых услуг, то средний чек в них составляет 1000–1500 рублей, в ресторанах с широким ассортиментом блюд и развёрнутым перечнем предоставляемых услуг – 3000 рублей и выше.

Для выявления предпочтений гостей предприятий питания в дополнительных услугах было проведено анкетирование при помощи Google Форм среди 255 жителей города Владивостока с декабря 2022 г. по январь 2023 г. Большинство опрошенных – (70%), студенты 18–25 лет – 25% и люди старше 55 лет – 5%.

Самыми востребованными дополнительными услугами в городе Владивосток являются доставка – 23% и еда/ напитки на вынос – 21% и заказ блюд по интернету – 18% (рис. 2).

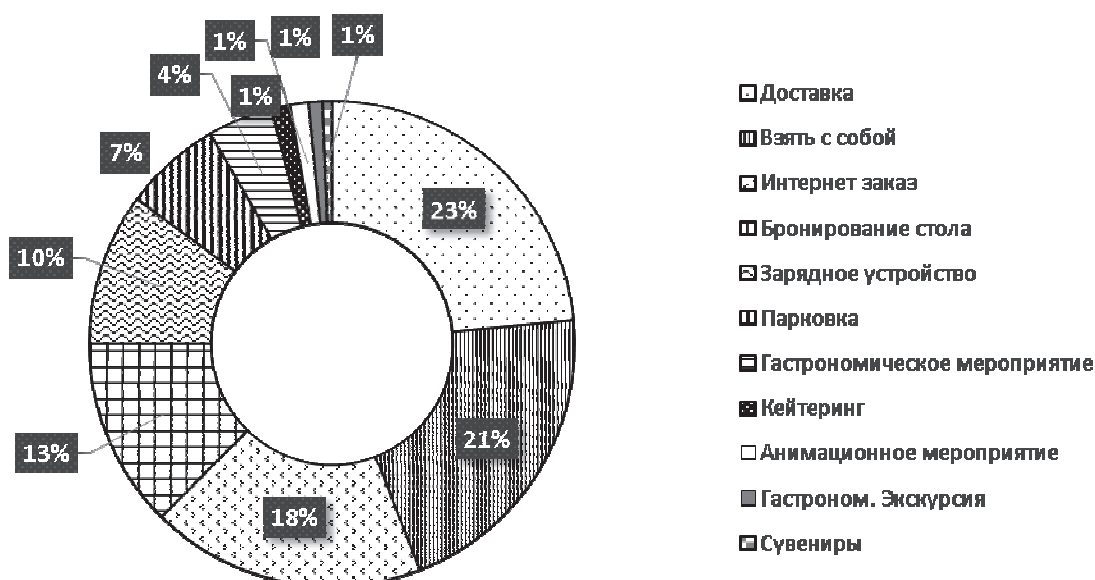


Рис 2. Популярность дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока, в процентах

На основании результатов исследования уточнена классификация дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока (табл. 1).

Таблица 1

Классификация дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока

Критерий	Ресторан	Кафе	Бар	Закусочная	Столовая	Кофейня	Стрит фуд
WI-FI	+	+	+	+	-	+	-
Зарядные устройства	+	+	+	-	-	+	-
Фирменная продукция	+	+	+	-	-	+	-
Доставка	+	+	+	-	-	-	-
Возможность «взять с собой»	+	+	+	+	+	+	+
Бронирование	+	+	+	-	-	-	-
Парковка	+	+	+	-	-	-	-
Детская комната	+	+	-	-	-	-	-
Бонусная программа	+	+	+	+	-	+	-
Событийные мероприятия	+	+	+	-	-	+	-
Обучение	+	+	+	-	-	+	-
Досуг/анимация	+	+	+	-	-	+	-

Согласно таблицы можно сделать вывод, что наиболее широкий спектр дополнительных услуг характерен для таких типов предприятий как ресторан, кафе и бар.

В ходе анализа рынка общественного питания в городе Владивосток были выявлены следующие тренды:

- рост популярности сегмента доставок еды на дом;
- увеличение популярности и активное развитие уличной еды, в том числе в формате «пит-стоп», нацеленном на автомобилистов;
- активно развиваются сетевые концепции столовых, со здоровой недорогой и привычной едой;

- особую популярность получили предприятия питания, реализующие фьюжн кухню, которая сочетает элементы различных кулинарных традиций. Самыми популярными из подобных заведений во Владивостоке являются рестораны паназиатской кухни;
- развитие фуд-кортов, связанное с увеличением торговых площадей и открытием больших торговых комплексов «моллов». Услуга питания в торговых центрах ныне воспринимается не как дополнение к основной функции ТЦ, а как самостоятельный мотиватор к совершению поездки туда;
- активное развитие и повсеместное открытие предприятий общественного питания по франшизе;
- развитие обособленной региональной дальневосточной кухни.

Данный анализ позволяет сделать вывод, что несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, рынок общественного питания продолжает развиваться, являясь точкой притяжения для туристов.

-
1. Акимова Р.А. Роль предприятий общественного питания в современной экономике // Инновационные научные исследования. – 2021. – № 3-2 (5). – С. 65–71.
 2. Веретенников А.Н. Форматы предприятий индустрии питания // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – № 2 (100). – С. 96–102.
 3. Кравцова Т.С., Шлапакова К.Я. Современные формы предоставления услуг питания // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 6 (132). – С. 130–132.
 4. Бугаенко С.А. Маркетинговые особенности классификации ресторанных товаров и услуг предприятий пищевой промышленности // Карельский научный журнал. – 2014. – № 1 (6). – С. 78–80.
 5. Носкова Е.В. Измерение потребительской ценности продуктов общественного питания // Практический маркетинг. – 2018. – № 6 (256). – С. 32–40.
 6. Шеметова Е.В., Бойцова Т.М. Услуги кофеен города Владивостока: современное состояние и перспективы // Фундаментальные исследования. – 2022. – № 12. – С. 142–147.
 7. Жмуйдин И.А., Шеметова Е.В. Разработка концепции путеводителя по предприятиям общественного питания в историческом центре города Владивостока // АНИ: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 3. – С. 149–154.
 8. Примстат. Предприятия общественного питания. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://primstat.gks.ru/> (дата обращения: 11.03.2023).
 9. Справочник предприятий питания г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe> (дата обращения: 20.03.2023).

УДК 37.047

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

К.В. Русакова

бакалавр

Е.В. Шеметова

старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Статья посвящена возможности проведения гастрономических мероприятий в рамках профориентационной работы. Определены факторы, влияющие на эффективность проводимых профориентационных мероприятий гастрономической направленности. Выявлены виды гастрономических мероприятий на рынке г. Владивостока. Проведено анкетирование и выявлены потребительские предпочтения в форматах гастрономических мероприятий. Предложены рекомендации по организации кулинарного мероприятия в образовательном учреждении.

Ключевые слова: *гастрономическое мероприятие, профориентационная работа, потребители, школьники, мастер-класс, кулинария.*

GASTRONOMIC EVENTS AS A TOOL OF CAREER GUIDANCE

The article is devoted to the possibility of conducting gastronomic events within the framework of career guidance. The factors influencing the effectiveness of the conducted career guidance measures of gastronomic orientation are determined. The types of gastronomic events in the market of Vladivostok are revealed. A survey was conducted and consumer preferences in the formats of gastronomic events were revealed. Recommendations on the organization of a culinary event in an educational institution are offered.

Keywords: gastronomic event, career guidance, consumers, schoolchildren, master class, cooking.

Актуальность данного исследования заключается в том, что предприятия общественного питания являются важной частью экономики, но в данной сфере наблюдается нехватка высококвалифицированных кадров, из-за этого уровень и качество сервиса чаще всего не соответствует цене. В первую очередь проблема состоит в том, что в данной сфере часто работают люди без профильного образования или получившие образование без мотивации и желания. Также на рынке труда в сфере ресторанного бизнеса отмечается дефицит кадров, количество вакансий и предложений растёт, но квалифицированных соискателей должностей с профильным образованием не хватает. Поэтому необходим особый подход в профориентационной работе для поступающих на направления подготовки, связанные сферой туризма и гостеприимства, так как при помощи стандартных методик абитуриентам сложно определиться в данных специальностях.

Цель исследования – проанализировать возможности и перспективы организации гастрономических мероприятий с целью профориентации на базе образовательного учреждения.

Задачи:

- проанализировать рынок гастрономических мероприятий г. Владивостока;
- обосновать актуальность разработки гастрономического мероприятия в профориентационных целях.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

Гастрономические мероприятия являются важным инструментом профориентационной работы, который может помочь молодежи определить свой выбор профессии в сфере гастрономии. Они могут также способствовать повышению культурного уровня молодежи, укреплению межкультурных связей и укреплению дружеских отношений между молодыми людьми. Поэтому организация гастрономических мероприятий должна стать одним из приоритетов в работе с молодежью.

Для того чтобы гастрономические мероприятия были эффективными в качестве инструмента профориентационной работы, необходимо следовать определенным принципам. Во-первых, мероприятия должны быть интерактивными и участие в них должно быть активным. Молодежь должна иметь возможность не только пробовать блюда и напитки, но и узнавать о том, как они готовятся, какие ингредиенты используются, и каковы принципы их сочетания. Таким образом, молодежь сможет получить практические навыки и опыт, которые могут быть полезны при выборе профессии в сфере гастрономии.

Во-вторых, гастрономические мероприятия должны быть разнообразными и включать в себя представителей различных профессий, связанных с гастрономией. Это могут быть повара, сомелье, бармены, кондитеры и т.д. Молодежь должна иметь возможность познакомиться с различными профессиями и узнать о том, какие навыки и знания требуются для работы в каждой из них.

В-третьих, гастрономические мероприятия должны проводиться в сотрудничестве с профессиональными учебными заведениями, специализирующимися на обучении в области гастрономии. Это может помочь молодежи узнать о различных вариантах обучения и получить информацию о том, какие возможности есть для профессионального развития в этой области [1, с. 89].

Для организации гастрономических мероприятий, которые будут эффективным инструментом профориентационной работы, необходимо учитывать следующие факторы:

1. Целевая аудитория: необходимо учитывать возраст, интересы, уровень знаний и опыта участников. Мероприятие для студентов-кулинаров должно отличаться от мероприятия для школьников, которые только начинают интересоваться гастрономией.

2. Тематика мероприятия: гастрономические мероприятия могут быть организованы в разных форматах, таких как дегустации, мастер-классы, конкурсы и фестивали. Необходимо выбирать формат, который будет наиболее интересным и доступным для целевой аудитории.

3. Разнообразие и доступность: мероприятие должно предложить разнообразие блюд и напитков, чтобы участники могли оценить различные варианты и узнать о разных кухнях. Также необходимо учесть доступность мероприятия и сделать его доступным для всех участников, независимо от возраста, пола, национальности и физических возможностей.

4. Взаимодействие и общение: мероприятие должно предоставить возможность для взаимодействия и общения между участниками и профессионалами гастрономии. Например, участники могут задавать вопросы профессионалам, обсуждать блюда и делиться своими впечатлениями.

5. Продолжительность мероприятия: продолжительность мероприятия должна быть оптимальной, чтобы участники могли усвоить информацию и получить положительный опыт. Кроме того, мероприятие не должно быть слишком долгим, чтобы участники не уставали и сохраняли интерес к мероприятию [2, с. 39].

Одним из примеров гастрономических мероприятий, которые могут помочь молодежи определиться с выбором профессии, являются кулинарные мастер-классы. В ходе таких мероприятий молодые люди могут не только насладиться приготовлением блюд, но и получить навыки работы с продуктами, инструментами и техниками, используемыми профессионалами в этой сфере. Другим примером гастрономических мероприятий, являются фестивали и ярмарки. В ходе таких мероприятий молодые люди могут познакомиться с различными профессиями, связанными с гастрономией, такими как повар, бармен, сомелье и многие другие. Они также смогут увидеть, как проходят события, связанные с организацией мероприятий, что может помочь им определиться с выбором будущей профессии [3, с. 142].

Гастрономические мероприятия могут способствовать повышению культурного уровня молодежи. Они могут познакомить с различными кухнями мира, узнать о традициях и обычаях других народов, а также попробовать различные блюда и напитки [4, с. 94]. Наконец, гастрономические мероприятия могут стать площадкой для установления контактов и связей между молодежью и представителями профессионального сообщества гастрономии. Молодые люди могут получить возможность общаться с поваром, сомелье или кондитером и задавать им вопросы о работе в этой области. Это может помочь молодежи получить более полное представление о том, что требуется для успешной карьеры в сфере гастрономии, а также получить поддержку и советы от опытных профессионалов. В целом, гастрономические мероприятия могут быть полезным инструментом профориентационной работы, если они будут организованы с учетом интересов и потребностей молодежи и в соответствии с принципами доступности, разнообразия и интерактивности [5, с. 160].

В настоящее время в Приморском крае зарегистрировано 2319 предприятий общественного питания, в том числе 918 ресторанов, кафе, баров, что составляет 39,5% от всех предприятий. В г. Владивостоке на данный момент согласно разным источникам насчитывается около 700 предприятий питания [6]. На основании анализа предложений гастрономических событий в Приморском крае и г. Владивостоке было выявлено, что территориально более 90% всех гастрономических мероприятий, приходится на г. Владивосток. Структура проводимых гастрономических мероприятий представлена следующими видами: мастер-классы – 49%, экскурсии – 27%, фестивали – 12%, дегустация – 7%, тур – 4%, квест – 1%. Основные организаторы подобных мероприятий – предприятия общественного питания и развивающие центры (мастер-классы, дегустации), общественные организации (фестивали) и турфирмы (экскурсии, туры) [7; 8].

С целью выявления потребительских предпочтений в гастрономических мероприятиях было проведено анкетирование при помощи Google Форм среди 150 жителей города Владивостока с февраля по март 2023 г. Большинство опрошенных – школьники от 10 до 15 лет (65%), учащиеся 16–18 лет – 18%, молодежь 19–25 лет – 11% и люди старше 25 лет – 6%. Были определены наиболее популярные на рынке гастрономических услуг мероприятия: фестивали – 22%, мастер-классы – 58%, экскурсии – 11%, туры – 5%, дегустации – 4%. Самыми популярными мероприятиями среди потребителей являются дегустации и мастер-классы. Это можно объяснить тем, что и детям, и взрослым интересно пробовать новые сочетания в привлекательной форме, а также принимать участие в приготовлении блюд. Что касается форма-

тов мероприятий, то наиболее популярными являются мастер-классы в групповом и индивидуальном формате, а также гастрономические встречи с друзьями (рис. 1). Также стоит рассмотреть вариант посещения с семьёй, так как абитуриенты могли также прийти с родителями и совместно принять решение о поступлении.

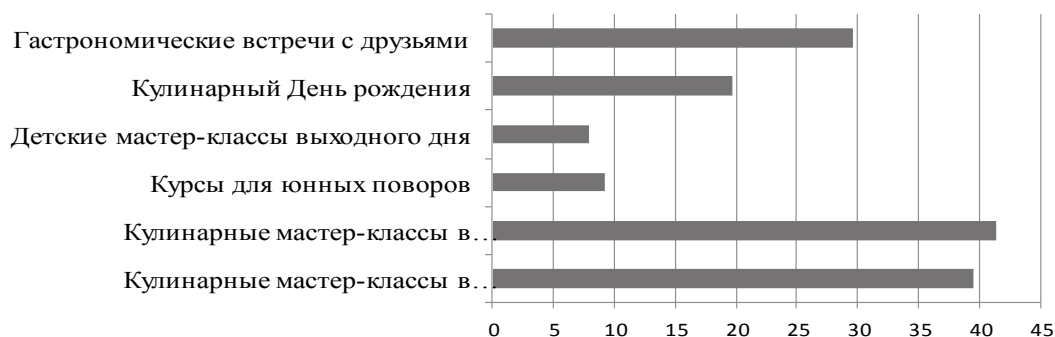


Рис. 1. Предпочтения респондентов в форматах гастрономических мероприятий, в процентах

Большинство респондентов предпочитают следующие кухни: русская – 48%, Японская – 21%, Европейская – 17%, корейская – 14%. Важным аспектом в исследовании и анализе потребителей это то, какую сумму за услугу готовы отдать потребитель. Предпочтительнее всего по цене для потребителей оказалась цена менее 1000 рублей (42%) и от 1000 до 3000 рублей (41%) за человека. Что в среднем является средней стоимостью по городу. Что касается форматов мероприятий, то наиболее популярными являются мастер-классов в групповом формате – 41% и индивидуальном формате – 39%, а также гастрономические встречи с друзьями – 29%. Также стоит рассмотреть вариант посещения с семьёй, так как абитуриенты могли также прийти с родителями и совместно принять решение о поступлении.

Таким образом, по результатам анкетирования было выявлено, что основные потребители услуг – это школьники, выпускники школ, учащиеся колледжей и студенты вузов. В первую очередь это люди, которые заинтересованы в поступлении на специальности, связанные с туризмом, ресторанным и гостиничным делом. Также было определено, в каком формате респонденты готовы посещать мероприятия, какую сумму потратить, какие кухни больше интересуют.

Образовательные учреждения, с направлениями подготовки по ресторанному и гостиничному бизнесу на базе своих учебных лабораторий могут проводить различные гастрономические мероприятия с привлечением партнеров из бизнеса в рамках профориентационной деятельности, молодежь получит более полное представление о том, что требуется для успешной карьеры в сфере гастрономии и индустрии гостеприимства, а работодатели получают в будущем мотивированных сотрудников. Мероприятия можно организовывать как в период каникул в виде профильных смен, так и в течении всего учебного года с привязкой к интересным кулинарным событиям международного и российского значения, например, всемирный день шоколада, международный день супа и др. Форматы проведения мероприятий могут быть разноплановыми: квесты, мастер-классы, конкурсы или игры. Например, если это мастер-класс, то рекомендуется использовать следующий шаблон проведения мероприятия (табл. 1).

Таблица 1

Программа мастер-класса

Название блока	Деятельность	Время, мин.
Знакомство	Участники знакомятся друг с другом, объединяются в команды по 3–4 человек и выбирают капитанов команд (при условии, что будут работать в командах, а не индивидуально)	5

Название блока	Деятельность	Время, мин.
Инструктаж	Ведущий проводит инструктаж по технике безопасности, правилам пользования оборудованием и инвентарём	10
Начало мастер-класса	Участники переодеваются в униформу, проходят на кухню, моют руки. Шеф-повар знакомит участников с ингредиентами, оборудованием, технологией приготовления блюд	10
Работа на кухне	Приготовление блюд по программе под руководством шеф-повара. Шеф готовит контрольный образец блюда	90
Дегустация	Участники пробуют результат своего творчества. Шеф-повар разбирает ошибки и дает рекомендации	10
Завершение мастер-класса	Участники сдают униформу, получают сертификаты	5

Гастрономические мероприятия могут стать эффективным инструментом профориентационной работы, если они будут организованы с учетом интересов и потребностей молодежи, будут разнообразными и доступными, обеспечат возможность взаимодействия и общения, и будут продолжительностью, оптимальной для участников. Организация гастрономических мероприятий может помочь молодежи проявить свои таланты и интересы в сфере гастрономии, а также получить информацию о возможностях карьерного роста в данной области. Кроме того, гастрономические мероприятия могут помочь решить другие задачи профориентационной работы, например, привлечь внимание молодежи к экологической и здоровой пище, развивать кулинарные навыки и интерес к национальной кухне, повышать уровень культуры потребления и т.д.

В заключение, гастрономические мероприятия являются эффективным инструментом профориентационной работы и могут помочь молодежи определить свои профессиональные интересы в сфере гастрономии, получить ценный опыт и знания, установить контакты с профессионалами и работодателями. Организация гастрономических мероприятий должна стать одним из приоритетных направлений работы с молодежью в сфере профориентации.

1. Штукерман В.Н. Организация гастрономических мероприятий как форма профориентационной работы // Педагогический альманах. – 2018. – № 2 (30). – С. 89–93.

2. Александрова И. Ю. Организация гастрономических мероприятий в работе школы // Инновационное развитие современной науки: материалы III Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 39–45.

3. Рыжкова Н.В. Гастрономические мероприятия в системе профориентационной работы средней школы // Сборник научных трудов VIII Международной научно-практической конференции «Современные проблемы науки и образования». – 2019. – С. 142–147.

4. Попова М.И. Гастрономические мероприятия как инструмент профориентационной работы средней школы // Вестник Удмуртского университета. Серия 13: Педагогика. Психология. Образование. – 2021. – Т. 31, № 3. – С. 94–102.

5. Гордеева Н.А. Использование гастрономических мероприятий в профориентационной работе с молодежью // Молодежный научный форум: гуманитарные науки. – 2020. – Т. 5. – С. 160–166.

6. Примстат. Предприятия общественного питания. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://primstat.gks.ru/> (дата обращения: 16.03.2023).

7. Шеметова Е.В., Поклад Н.А. Гастрономические мероприятия на туристском рынке г. Владивостока: состояние и оценка // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2021. – Т. 13, № 3. – С. 21–39.

8. Справочник событий г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/events/> (дата обращения: 26.03.2023).

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРУ ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕРМИНАЛОВ)

О.А. Стрельцова

бакалавр

А.В. Перфильев

канд. хим. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье рассматриваются особенности использования информационных терминалов в гостиничном обслуживании. Описаны характеристики информационных терминалов, их функции и виды информации, предоставляемой гостям. Даны рекомендации по внедрению информационных терминалов в гостиничные предприятия г. Владивостока.

Ключевые слова: *информационные технологии, информационные терминалы, гостиничный сервис, туризм, отели.*

IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF HOTEL SERVICES (ON THE EXAMPLE OF INFORMATION TERMINALS)

The article discusses the features of using information terminals in hotel services. The characteristics of information terminals, their functions and types of information provided to guests are described. Recommendations are given for the introduction of information terminals in the hotel enterprises of Vladivostok.

Keywords: *information technologies, information terminals, hotel service, tourism, hotels.*

Введение

Информационный терминал – это аппаратно-программный комплекс, предназначенный для информирования пользователя, путём предоставления ему справочной информации. Применяются такие терминалы в общественных местах: остановки, театры, музеи, парки и т.д. Исходя из этого понятия можно сделать вывод, что понятие информационный терминал очень широко [1].

Информационные терминалы делятся по типу взаимодействия, функционалу, по предоставляемой информации. По типу взаимодействия терминалы могут быть как статичными, так и интерактивными. Первые выводят исключительно заложенную в них информацию, в виде текста или изображений и управление таким терминалом осуществляется только со стороны администратора. Интерактивные информационные терминалы позволяют пользователю самому принять участие в выборе желаемой информации, это может быть перелистывание страницы или поисковая строка, что значительно увеличивает количество информации, которую может получить пользователь.

Разделение по функционалу во многом определяет сферу применения терминала. Например, возможность оплаты через терминал применяется в торговле или банковском деле, и имеет сопутствующий уровень защищённости, как аппаратной, так и программной. Интерактивные карты, вызов такси или экстренных служб, есть во многих туристических терминалах, статичная информация чаще всего применяется в рекламных стендах, музеях, где возле конкретного экспоната можно вывести его описание.

Чтобы разработать стратегию внедрения информационных терминалов в гостиничное обслуживание, требуется понимание того, какие возможности это предоставит предприятиям размещения. Информационные технологии в гостиницах применяются для рекламы, многие отели имеют свои сайты, бронирование происходит благодаря специальным терминалам или компьютерах, бухгалтерский учёт использует различное программное обеспечение, например,

«1С Бухгалтерия». Что касается номеров, множество отелей для доступа в номер используют электронные ключи. В самих номерах, особенно отелях категории 4 и 5 звёзд применяются системы «Умный дом», куда входит управление открытием и закрытием штор, управление кондиционером и другой техникой с пульта или панели [2].

На основе этой информации можно сделать вывод о том, что отели активно внедряют современные технологии в свою работу, однако полагать, что разрабатываемый проект будет востребован в отелях г. Владивостока без дополнительных данных, нельзя. С этой целью был проведён анализ отелей Владивостока, в который входил осмотр отелей на предмет использования каких-либо информационных терминалов, для этого были просмотрены официальные сайты отелей и их страницы на различных агрегаторах, а также некоторые из отелей посещались лично авторами [3, 4].

Особенности внедрения информационных терминалов в гостиничное обслуживание г. Владивостока

Для оценки использования информационных терминалов в гостиничной сфере г. Владивостока был проанализирован 41 отель категорий 3–5 звёзд. Результаты сбора информации показали следующее: основными способами информирования гостей являются буклеты, вывески и стенды; большая часть справочной информации узнаётся у администраторов; в пятизвёздочных отелях применяются информационные терминалы, в одном – это настенные экраны с возможностью переключения страниц, второй – предоставляет гостям планшеты с презентацией отеля. Также среди персонала был проведён опрос, нацеленный на их отношение к внедрению информационных терминалов, по результатам которого большая часть опрошенных положительно отнеслась к внедрению данной технологии.

Собранная информация позволяет сделать вывод, что для отелей г. Владивостока использование информационных терминалов не является чем-то далёким, а учитывая то, что город вкладывает много сил и средств в развитие информационных технологий и туризма, то выгодное предложение по внедрению таких терминалов может заинтересовать не один отель.

Начать разработку стратегии стоит с того, что устройство будет из себя представлять и какой функционал оно предоставит пользователю. Как уже говорилось ранее, информационный терминал может иметь множество форм и размеров, однако для широкого использования в гостиничном бизнесе, где он будет использоваться большим количеством людей, разного возраста и ознакомленности с информационными технологиями. Учитывая вышеуказанные особенности к терминалу, были представлены следующие технические требования:

- большой экран;
- стационарный (по типу взаимодействия);
- привлекательный и понятный интерфейс;
- удобное управление;
- разнообразный функционал.

Терминал будет представлять из себя стационарное устройство высотой примерно 1,2–1,5 м, с большим экраном (около 24 дюймов и больше) с хорошей цветопередачей. Для управления устройством лучшим вариантом будет сенсорный экран, поскольку этот способ для многих уже привычный и очень удобен.

Программное обеспечение – главная часть терминала, поэтому для него требуется высокая скорость работы, дружелюбный интерфейс, разработанный в стилистике гостиницы.

Функционал терминала является именно тем, чем он и должен заинтересовать предприятие. Первая и основная функция терминала – это предоставление справочной информации гостям, сюда входит как список доступной информации, так и её поиск. Терминалы с этой функцией значительно упростят работу персонала, когда одновременно заселяется много гостей; людям, у которых есть какой-то вопрос, касаемый справочной информации, не придётся ждать своей очереди, чтобы его задать, благодаря этому у гостя не испортится настроение от ожидания в очереди, также информация, полученная в текстовом виде, воспринимается понятнее. Несмотря на то, что отели и так используют буклеты со справочной информацией – это дополнительные затраты, внесение изменений вынуждает заказывать новую партию, в связи с чем обновление буклетов происходит не часто. Отели, которые активно ведут экологическую политику, также предпочтут буклетам способ информирования без причинения вреда окружающей среде.

Следующая функция терминала, способная оказать значительное влияние на мнение гостей – это многоязычность, так как постояльцами гостиниц часто становятся иностранные туристы, а, следовательно, отелю важно найти возможность коммуницировать с гостями. При устройстве на работу к персоналу отелей предъявляются требования по знанию иностранных языков, в основном английского. Однако терминалы позволяют гостю читать информацию на родном языке, что значительно улучшит понимание гостя об отеле.

Терминал также может быть оснащён функцией «Новости», а, следовательно, гость сможет узнать о событиях, происходящих в отеле и в городе, это могут быть как локальные мероприятия, так и мероприятия городского масштаба. А благодаря тому, что информацию возможно будет обновлять оперативно, новости будут актуальны, а за подробностями можно будет обратиться к стойке регистрации, что положительно скажется на впечатлениях гостя.

В функции терминала можно внедрить бронирование номеров, карту, вызов такси и многое другое. Ограничивается список функций бюджетом и пожеланиями заказчика [5].

Когда вопрос с функционалом и описанием устройства решен, остается рассмотреть стратегию внедрения терминала. Она будет состоять из следующих этапов:

- поиск стейкхолдеров;
- разработка прототипа;
- реклама проекта;
- заключение договора;
- внедрение терминала;
- поддержка.

Поиск стейкхолдеров позволит найти стороны, заинтересованные в проекте, это может быть, как конкретный отель, желающий внедрить терминалы в своё обслуживание, а также инвесторов, которые готовы выделить финансы на реализацию проекта.

Прототип позволит вещественно доказать, что проект стоит того, чтобы обратить на него внимание, даже готового программного обеспечения хватит для того, чтобы показать, как будет работать проект, а найти в наше время программистов для реализации проекта не так сложно. Прототип является весомым аргументом в рекламной компании.

Реклама имеет много видов и форм. Для разрабатываемого проекта самым эффективным станет живая демонстрация проекта, как с готовым прототипом, так и без него. Реклама через социальные сети позволят масштабировать проект и внедрять его за пределами г. Владивостока.

Договор позволит юридически подтвердить заключение сделки, обязанности и ответственности сторон. В договоре будут расписаны функционал, аппаратные составляющие, условия использования, характеристики, стоимость терминала и услуг по его установке.

Этап внедрения терминала подразумевает собой обучение персонала использованию и модерированию, подключение к интернету и внутренним сервисам отеля и выбор места расположения устройства.

Последним этапом стратегии внедрения информационных терминалов является поддержка, куда входят гарантийное и техническое обслуживание, исправление багов в программном, ответы на вопросы, касающиеся работы терминала.

В заключение хочется сказать, что в г. Владивостоке есть спрос на информационные технологии в сфере обслуживания, а поскольку город очень популярен среди туристов, особенно зарубежных, то можно предположить, что проект возможно интегрировать в обслуживание гостиниц города.

1. Информационный терминал, информационный киоск для получения информации в общественных местах. – Электронный ресурс. – URL: https://www.istok-audio.com/info/articles/rabochie_mesta/informacionnyj-terminal-dlja-poluchenija-informacii-v-obshhestvennyh-mestah8822/.

2. Использование информационных технологий в гостиничном деле. – Электронный ресурс. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/abdulov.htm.

3. Гостиницы Владивостока. – Электронный ресурс. – URL: <https://101hotels.com/main/cities/vladivostok>.

4. Отели и гостиницы Владивостока и другие варианты размещения. – Электронный ресурс. – URL: https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g298496-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District-Hotels.html.

5. Информационный киоск или инфомат. – Электронный ресурс. – URL: <https://trueconf.ru/blog/wiki/infomat>.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ г. ВЛАДИВОСТОКА)

М.А. Федюнина

бакалавр

А.В. Перфильев

канд. хим. наук, доцент

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В статье рассмотрены виды рекламы в социальных сетях, различные способы анализа рекламы, применяемой гостиничными предприятиями, анализ использования гостиницами социальных сетей, а также рейтинг и отзывы гостей на Tripadvisor о гостиницах разной звёздной категории.

Ключевые слова: *гостиничный сервис, продвижение, реклама, туристские услуги.*

THE USE OF INTERNET ADVERTISING IN THE PROMOTION OF HOTEL SERVICES (ON THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK)

The article discusses the types of advertising in social networks, various ways to analyze advertising used in hotel enterprises, the analysis of the use of social networks by hotels, as well as the rating and reviews of guests on Tripadvisor about hotels of different star categories.

Keywords: *hotel service, promotion, advertising, tourist services.*

Введение

В настоящее время коллективные средства размещения предпринимают различные инновационные решения для продвижения туристского продукта. Создание качественной рекламы гостиницы, является важнейшей задачей, которая стоит перед руководством и оказывает влияние на загрузку гостиничного предприятия. Появление новых технологий, таких как социальные сети, стало одним из важных императивов бизнеса. Это изменило маркетинговые стратегии растущей гостиничной индустрии. Его интерактивность и доступность делают его одним из самых экономически эффективных маркетинговых инструментов на сегодняшний день. В условиях растущей конкуренции и спроса отельерам необходимо переосмыслить свою стратегию на каждом уровне бизнес-модели, а также привести свои стратегии в соответствие с требованиями клиентов.

Интернет-реклама является эффективным инструментом продвижения услуг гостиничного предприятия. Она позволяет привлечь внимание потенциальных клиентов и повысить узнаваемость бренда гостиничного предприятия.

Существуют различные способы интернет-рекламы.

1. Реклама на поисковых системах. Рекламные объявления могут появляться в результатах поиска по ключевым словам, связанным с гостиницей.

2. Реклама в социальных сетях. Рекламные объявления могут появляться в ленте новостей пользователей социальных сетей, которые заинтересованы в путешествиях и отдыхе.

3. Реклама на туристических сайтах. Гостиничные предприятия могут размещать рекламу на туристических сайтах, которые посещают люди, ищущие информацию о путешествиях и отдыхе.

4. Email-маркетинг. Гостиничные предприятия могут отправлять рассылки с информацией о своих услугах и акциях на электронную почту потенциальных клиентов.

5. Видеореклама. Рекламные ролики могут быть размещены на видеохостингах и социальных сетях, привлекая внимание пользователей.

Интернет-реклама позволяет гостиничным предприятиям достигать широкой аудитории, повышать узнаваемость бренда и привлекать новых клиентов. Однако для эффективного использования этого инструмента необходимо иметь хорошо продуманную стратегию и анализировать результаты рекламных кампаний.

Целью данной работы является: выделить и проанализировать интернет-рекламу, применяемую для продвижения услуг гостиничного предприятия.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что интернет-реклама является одним из ключевых факторов успешности гостиничных предприятий. Для создания высокой гостиничной рекламы необходимо уметь учитывать специфику отрасли и объединять в несколько комплексных аспектов такой рекламы.

Анализ применения интернет-рекламы гостиничными предприятиями г. Владивостока

Согласно статистике Росстата за 2022 г., в Приморском крае численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения, составила 664 035 человек. А за январь 2023 года численность лиц в коллективных средствах размещения в Приморье составила 47 332 человека, из них 45 526 человек являются гражданами Российской Федерации, а 1 806 человек – численность иностранных граждан.

На основе случайной выборки было проанализировано использование гостиничными предприятиями г. Владивостока социальных сетей с целью продвижения гостиничных услуг (табл. 1).

Таблица 1

Использование социальных сетей гостиницами г. Владивостока

Гостиница	Сайт	ВКонтакте	Telegram
Astoria	+	+	+
Экватор	+	+	+
Жемчужина	+	–	–
Маргаритов	+	–	–
Аванта	+	–	+
In city	+	–	–
Азимут	+	+	+
Lotte	+	+	+
Сибирское подворье	+	+	+
Novotel	+	+	+
Ренессанс	+	–	–

Составлено: автором по информации в 2ГИС.

По данным, приведенным в таблице, видно, что все гостиницы имеют свой официальный сайт. На сайте как правило размещена информация о гостинице и номерах, контактные данные, услуги. А что касается социальных сетей, то только такие гостиницы, как «Экватор», «Астория», «Сибирское подворье», «Азимут», «Lotte» и «Novotel» имеют профиль в ВКонтакте и Телеграме. Также у большинства коллективных средств размещения профиль в социальных сетях не действующий. Всю актуальную информацию о проживании можно узнать на официальном сайте или позвонить на ресепшн гостиницы.

Важно отметить, что главными элементами стратегии продвижения в сети являются ведение страницы в социальных сетях, общение с потенциальными гостями в сообщениях, размещение актуальной информации в онлайн-ресурсах (акции, скидки). Пользовательская база имеет тенденцию к увеличению, поэтому для эффективного повышения узнаваемости гостиничного предприятия необходимо продвигать услуги в социальных сетях. В дальнейшем анализ социальных сетей позволит оценить популярность гостиницы среди пользователей и определить, какие типы контента наиболее эффективны для привлечения внимания аудитории.

С помощью сайта TripAdvisor можно оценить гостиницы с высоким рейтингом гостей. На рисунке 1 приведены результаты общей оценки гостями различных предприятий размещения г. Владивостока.

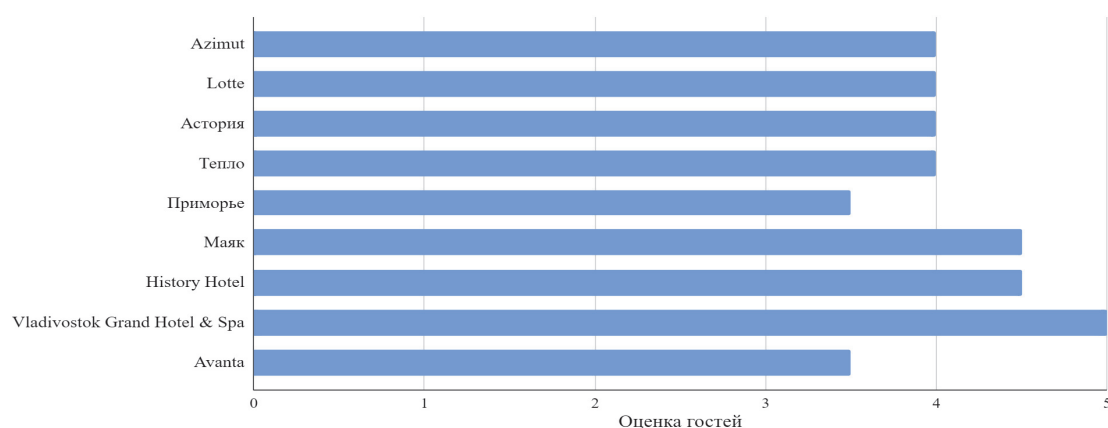


Рис. 1. Результаты оценки гостями различных предприятий размещения г. Владивостока

Несмотря на то, что на сайте Tripadvisor есть возможность сортировать средства размещения по возрастанию цены, расстоянию от центра города, большинство пользователей обращают внимание на первую страницу сайта, на которой размещены гостиничные предприятия, получившие высокую оценку гостей. Результаты оценки гостями гостиниц г. Владивостока по различным показателям приведены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты дифференцированной оценки гостями гостиниц г. Владивостока

Средство размещения	Расположение	Чистота	Обслуживание	Цена/качество
Астория	4,5	4,5	4,5	4
Тепло	4,5	4,5	4,5	4
Комплекс отдыха «Маяк»	4	4,5	4,5	4
History	5	4	4,5	4
Vladivostok Grand Hotel & Spa	5	–	5	5

Как видно из таблицы 2, рассмотренные средства размещения получили высокий рейтинг от пользователей сайта Tripadvisor.

25 мая 2022 во Владивостоке прошел VIII Тихоокеанский Туристский форум, на котором обсудили новые возможности в социальной медиасфере. В рамках форума проходили образовательные секции, работали презентационные зоны. Экспертами на форуме выступали известные представители туристской и маркетинговой отраслей, ресторанного бизнеса, а также travel-блогеры. Среди тем, обсуждаемых на форуме, были вопросы продвижения территорий и участие в этой работе блогеров, а также проблемы, связанные с блокировкой соцсетей.

Таким образом, социальные платформы располагают огромными массивами охватов и показов, отчего рекламирование услуг гостиниц и иных коллективных средств размещения способно не только увеличить продажи, но и решить следующие задачи:

- выстроить долгосрочные взаимоотношения с клиентами;
- расширить клиентскую базу;
- улучшить имидж гостиничного предприятия.

В целом, анализ интернет-рекламы гостиниц г. Владивостока должен включать оценку эффективности рекламных каналов, поведения посетителей на сайте, популярности гостиницы в социальных сетях и отзывов клиентов. На основе этих данных можно определить, какие изменения нужно внести в рекламную стратегию, чтобы привлекать больше клиентов и увеличивать продажи.

1. Федеральная служба государственной статистики. РОССТАТ. Официальный сайт: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.03.2023).

2. 2ГИС Официальный сайт: [сайт]. – URL: <https://2gis.ru/> (дата обращения: 14.03.2023).

3. Тихоокеанский Туристский форум. Официальный сайт: [сайт]. – URL: <https://pacificforum.ru/> (дата обращения: 25.03.2023).

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 5* ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА)

Е.С. Хворостова
бакалавр

Г.А. Гомилевская
канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Настоящие условия стимулируют предприятия уделять больше внимания мотивации трудовой деятельности, что требует пересмотра действующих систем мотивации. Цель – совершенствование методических подходов к стимулированию персонала в гостиничных предприятиях. Результаты: систематизированы существующие теории мотивации труда и социально-психологические факторы; оценены социально-психологические факторы мотивации сотрудников службы приема и размещения гостиничного комплекса. Научная новизна работы заключается в актуализации методического подхода оценки уровня удовлетворенности трудовой деятельностью сотрудников службы приема и размещения гостиничного предприятия. Практическим результатом является апробация предложенного методического подхода.

Ключевые слова: коллективные средства размещения, мотивация труда, теории мотивации труда, служба приема и размещения, социально-психологические факторы.

AN ASSESSMENT OF THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF LABOR MOTIVATION OF FRONT OFFICE EMPLOYEES ON THE EXAMPLE OF 5-STAR HOTEL IN VLADIVOSTOK

Modern circumstances stimulate hotels to pay more attention to labor motivation. These circumstances require full revision of current motivation systems. The purpose of study is to improve methods of labor motivation currently used in hotels. Results: the existing theories of labor motivation and socio-psychological factors influencing this concept have been systematized, a comprehensive assessment of the level of satisfaction with the work of reception and accommodation service employees have been carried out. The scientific novelty of study lies in the actualization of a methodological approach to assessing the level of satisfaction with the work of front desk employees. The practical result of the research lies in the approbation of suggested method.

Keywords: collective accommodation facilities, labor motivation, theories of labor motivation, front office, socio-psychological factors.

В настоящее время предъявляются строгие требования к обслуживанию потребителей в гостиничных предприятиях. Высокие требования потребителей – это многофакторная модель, которая требует ресурсообеспеченности коллективного средства размещения (объем номерного фонда, комплектующие и расходные материалы для номеров и т.п.), отличного состояния номерного фонда, обеспеченности коллективного средства размещения финансовыми средствами и т.п. Тем не менее, в сфере гостеприимства огромную роль играет человеческий фактор.

При воздействии на человеческий фактор необходимо внедрять комплексную систему управления персоналом, эффективность которой во многом зависит от системы мотивации и стимулирования труда. Существует широкое разнообразие теорий мотивации, которые рассматривают различные факторы мотивации труда (материальные, нематериальные и пр.).

Для гостиничных предприятий это имеет высокую важность в связи с тем, что, опираясь на существующие теории мотивации, можно построить эффективную систему мотивации и стимулирования труда. Важным условием для эффективного функционирования системы

мотивации и стимулирования труда является анализ потребностей работников предприятия, согласно которым должна быть разработана система мотивации и стимулирования труда на предприятии.

Исследованием проблемы мотивации персонала занимались И. Панкасила, С. Харено, Б.А. Сулисте, С.В. Федечкин, Ю.Р. Вагапова и другие авторы [1, 2, 3]. В исследовательских материалах авторы по-разному подходят к определению термина «мотивация» в контексте процесса удовлетворения потребности [1], способа стимулирования труда [2], процесса побуждения к достижению цели [3] и др.

Таким образом, под мотивацией персонала большинство авторов понимают «осуществление процесса образования мотива у сотрудника посредством применения разного рода стимулов, способствующих реализации установленных предприятием целей» [1-3].

Предпринята попытка максимально систематизировать существующие теории мотивации, которые анализируют факторы, влияющие на уровень мотивации труда, описывают структуру потребностей, их содержание и то, как эти потребности связаны с уровнем мотивации человека к деятельности (табл. 1).

Таблица 1

Теории мотивации

Содержательные теории	Процессуальные теории
<ul style="list-style-type: none"> – теория иерархии потребностей А. Маслоу; – теория ERG Альдерфера; – теория приобретенных потребностей МакКлелланда; – теория двух факторов Герцберга. 	<ul style="list-style-type: none"> – теория ожиданий Врума; – теория равенства (справедливости) Адамса; – модель Портера-Лоулера; – теория постановки целей Э. Локка; – концепция партисипативного управления.

Примечание: сост. авторами по [4].

Перечисленные теории мотивации не в полной мере учитывают факторы, которые оказывают влияние на уровень удовлетворенности трудовой деятельностью. В связи с этим необходимо систематизировать социально-психологические факторы мотивации труда, которые представляют собой переменные процесса взаимодействия людей в условиях трудовой деятельности, оказывающие влияние на уровень рабочей мотивации [5].

В таблице 2 перечислены социально-психологические факторы мотивации, и их характеристики.

Таблица 2

Социально-психологические факторы мотивации и их характеристики

Название фактора	Характеристика фактора
Наличие интереса к работе	Со стороны руководства обеспечивается делегированием новых и интересных для сотрудника задач. Немаловажным в формировании интереса к работе будет являться организация обучения для сотрудников, которое позволит им повысить уровень компетентности, и даст новые знания.
Климат в коллективе	Включает в себя взаимоотношение с коллегами и руководством. Настроения и эмоции сотрудника, его коллег и руководства являются основой климата в коллективе. Возникающие конфликтные ситуации должны разрешаться своевременно.
Оценка трудовой деятельности	Сотрудники ценят объективную оценку труда и достижений. Сотрудникам также важно получать похвалу и признание достижений, как от руководства, так и от коллег.
Командное взаимодействие	Заключается в сплоченном взаимодействии с коллективом. Сотруднику важно знать, что он может рассчитывать на поддержку и помощь коллег в случае необходимости.
Корпоративная культура	Работая в компании с определенным уровнем корпоративной культуры и положительным деловым имиджем, сотрудник проникается «духом» этой корпоративной культуры, а значит, становится более мотивированным к трудовой деятельности.
Профессиональный рост	Возможность продвижения по службе является ключевым фактором мотивации для многих сотрудников. Получение дополнительных полномочий и ответственности приводит к повышению статуса сотрудника, а, следовательно, и к усилению рабочей мотивации.

Примечание: сост. авторами по [6].

На основе исследовательских материалов в работе предложен методический подход к личностной оценке сотрудником социально-психологических факторов труда, которая состоит из 7 этапов:

- 1) оценка лояльности сотрудника к предприятию;
- 2) оценка интереса сотрудника к выполнению функциональных задач;
- 3) оценка сотрудником психологического климата в коллективе;
- 4) оценка частоты возникновения конфликтных ситуаций в коллективе;
- 5) оценка сотрудником периодичности получения нематериальных поощрений;
- 6) оценка сотрудником уровня доверия к коллегам;
- 7) оценка уровня корпоративной культуры.

Данный методический подход был апробирован на сотрудниках службы приема и размещения гостиничного предприятия 5* города Владивостока (название гостиницы скрыто по корпоративным соображениям).

Применение методики анкетирования с целью анализа уровня удовлетворенности трудовой деятельностью сотрудников организации является актуальной тенденцией. Опираясь на зарубежный опыт, российские предприятия также начали использовать анкетирование сотрудников с целью дальнейшего планирования системы управления персоналом.

Проведение анкетирования помогает узнать мнение сотрудников касательно трудовой деятельности на предприятии, а также показать сотрудникам, что их мнение действительно важно для руководства. Более того, метод анкетирования персонала помогает выяснить отношения между сотрудниками и руководством, оценить климат в коллективе, узнать мнение сотрудников по поводу условий оплаты труда и предоставления социального пакета, отношение сотрудников к имиджу организации, мнение о ее работе и перспективах [7].

После проведения анкетирования результаты были приведены к среднему баллу в соответствии с количеством респондентов (табл. 3).

Таблица 3

Результаты анкетирования

Вопрос	Средний набранный балл (макс – 2)
Вам нравится работать в компании?	0,8
Ваши рабочие задачи интересны для выполнения?	1,07
Как Вы оцениваете климат в вашем коллективе?	1,23
Как часто возникают конфликты в вашем коллективе?	1,11
Как часто Вас хвалит руководство?	0,46
Можете ли Вы положиться на своих коллег?	1,34
Близки ли Вам ценности корпоративной культуры?	0,88
Итоговый средний балл	0,98

Примечание: сост. авторами

Таким образом, сотрудники службы приема и размещения гостиничного предприятия лишь частично удовлетворены своей трудовой деятельностью. В коллективе есть сотрудники, которые вообще не включены в командное взаимодействие, что негативно сказывается на уровне мотивации и производительности труда сотрудников в целом. Помимо этого, в ходе исследования выявлено, что сотрудники службы приема и размещения редко получают нематериальные поощрения со стороны руководства.

Почти половина сотрудников службы приема и размещения гостиничного предприятия не разделяет ценности корпоративной культуры компании. Как правило, причиной этого является низкая осведомленность сотрудников о сути ценностной составляющей корпоративной культуры.

Научная новизна исследования заключается в авторской систематизации существующих мотивационных теорий и социально-психологических факторов мотивации труда, а также в предложении усовершенствованного методического подхода к оценке уровня удовлетворен-

ности трудовой деятельностью сотрудников службы приема и размещения гостиничного предприятия.

Практическая значимость исследования состоит в апробации предложенного методического подхода оценки социально-психологических факторов мотивации труда сотрудников гостиничного предприятия, что позволит в дальнейшем разработать систему мотивации труда для исследуемого предприятия.

1. Pancasila I., Haryono S., Sulistyو B.A. Effects of Work Motivation and Leadership toward Work Satisfaction and Employee Performance: Evidence from Indonesia // *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*. – 2020. – № 6. – С. 387-397.

2. Федечкин, С.В. Особенности повышения индивидуальной и коллективной мотивации персонала // *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. – 2022. – № 8-3. – С. 199-201.

3. Вагапова Ю.Р. Мотивация и стимулирование персонала // *Вестник науки*. – 2020. – № 1 (22). – С. 103-105.

4. Тимакова К.С., Юкина Н.А. Особенности использования методов нематериальной мотивации персонала в организации // *Актуальные научные исследования в современном мире*. – 2021. – № 1-4(69). – С. 268-270.

5. Гомилевская Г.А., Рудковская С.А. Система оценки линейного персонала на предприятиях общественного // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. – 2022. – № 6-2. – С. 223-230.

6. Базаров, Т.Ю. Психология управления персоналом: учебник и практикум для вузов. – Москва: Юрайт, 2020. – 381 с.

7. Анкетирование сотрудников. Российские предприятия начали использовать анкетирование работников вслед за западными компаниями. – Текст: электронный // Исследовательское агентство Zoom Market: [сайт]. – URL: <https://www.mazm.ru/article/a-1934.php> (дата обращения: 12.01.2023).

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

УДК 338.48

ПРОГРАММНЫЙ МЕТОД В РАЗВИТИИ ЭКОВОЛОНТЕРСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА «ЗЕМЛЯ ЛЕОПАРДА»)

Ю.А. Алишаускас
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье рассматривается использование программного метода для развития экovolонтерского туризма в национальном парке «Земля Леопарда». А так же особенности организации экovolонтерских программ и их эффективность в контексте сохранения природы. Результаты исследования показывают, что программный метод способствует повышению интереса туристов к участию в экологических проектах и взаимодействию с природой.

***Ключевые слова:** экovolонтерский туризм, особо охраняемые природные территории, Земля леопарда, программный метод, экovolонтеры, экологические проблемы.*

PROGRAM METHOD IN THE DEVELOPMENT OF ECO-VOLUNTEER TOURISM (ON THE EXAMPLE OF THE NATIONAL PARK «LAND OF THE LEOPARD»)

The article discusses the use of the program method for the development of eco-volunteer tourism in the National Park "Land of the Leopard". As well as the features of the organization of eco-volunteer programs and their effectiveness in the context of nature conservation. The results of the study show that the program method helps to increase the interest of tourists in participating in environmental projects and interacting with nature.

***Keywords:** eco-volunteer tourism, specially protected areas, Leopard Land, program method, eco-volunteers, environmental problems.*

Актуальность данной темы состоит в том, в настоящее время в России экovolонтерский туризм только начинает развиваться, и малоизвестен широкой общественности. А развитие программы экovolонтерского туризма в национальных парках России может стать важным шагом на пути к сохранению богатого природного наследия России и устойчивому развитию туризма. Вместо того, чтобы просто посещать достопримечательности и пляжи, экотуристы будут взаимодействовать с природой и вносить свой вклад в сохранение окружающей среды. А так же экovolонтерские программы предлагают уникальный опыт, который позволит участникам стать частью научных исследований, заниматься охраной окружающей среды, участвовать в мероприятиях по реабилитации дикой природы. К тому же экovolонтерский туризм может быть более доступным и бюджетным способом путешествия, чем другие виды туризма.

На данный момент существующие экотуристические программы в национальных парках России недостаточно развиты и не учитывают полностью потребности туристов и интересы национальных парков [1]. Это может быть связано с различными факторами, такими как отсутствие достаточного финансирования, недостаточная квалификация персонала, необходимость сбалансировать экологические и коммерческие интересы и т.д.

Научная новизна: применён программный метод в организации экovolонтерского туризма в границах особо охраняемых природных территорий на примере национального парка «Земля леопарда».

Цель работы: разработать программу эковолонтерского туризма для национального парка.

Задачи:

- 1) исследовать сущность эковолонтерского туризма и его значение для сохранения природы;
- 2) обосновать необходимость использования программного метода в организации эковолонтерского туризма на примере национального парка «Земля леопарда»;
- 3) разработать программу эковолонтерского туризма.

В работе были использованы методы:

- 1) анализ;
- 2) статистический;
- 3) моделирования.

Волонтерство и экологические движения идут рука об руку не одно десятилетие. Еще в 60-е гг. прошлого столетия во многих вузах СССР действовали студенческие дружины охраны природы [1].

Сегодня же эковолонтерство – одно из приоритетных направлений добровольческой деятельности, успешно реализующееся и набирающее с каждым годом все большую популярность в природоохранной сфере. Во многих городах эковолонтерство уже давно получило широкое распространение. В социальном развитии его роль была высоко оценена на международном уровне. Именно поэтому ресурс добровольчества все чаще становится объектом исследований в области социологии, педагогики, психологии, права, а теперь еще и туризма.

Однако существующий потенциал для развития экотуризма в национальных парках России, который может быть реализован с помощью создания новых эковолонтерских программ, учитывающих интересы и потребности туристов и национальных парков, а также повышения квалификации персонала и развития инфраструктуры. Кроме того, участие в эковолонтерских программах может стимулировать интерес туристов к национальным паркам и природе в целом, что может способствовать их сохранению и развитию в будущем [1].

Эковолонтерский туризм – это относительно новое направление туризма, которое представляет собой уникальный опыт путешествия, включающий в себя не только знакомство с культурой и природными достопримечательностями, но и активное участие в работе по сохранению и улучшению природных объектов в национальных парках.

Суть эковолонтерского туризма заключается в том, что туристы не только посещают природные достопримечательности, но и взаимодействуют с ними, участвуют в экологических проектах, занимаются защитой природы и содействуют ее сохранению.

Программа эковолонтерского туризма в национальных парках и заповедниках нужна для достижения нескольких целей [2].

Во-первых, она позволяет привлечь дополнительных ресурсов для охраны природы, таких как трудовые ресурсы и финансы [2].

Во-вторых, программа позволяет укрепить связь между национальным парком и местным сообществом, а также увеличить уровень осведомленности о необходимости сохранения природы и животных [2].

В-третьих – программа эковолонтерского туризма, также может улучшить инфраструктуру, так как волонтеры могут помочь в поддержании троп и маршрутов, уборке территории от мусора, и т.д. [2].

Структурированное выполнение эковолонтерской программы, позволит улучшить ее качество и эффективность. В таблице 1 представлены этапы разработки программы.

Таблица 1

Этапы разработки эковолонтерской программы

Этапы	Сроки выполнения	Ответственный
1. Определение целей и задач программы.	1 месяц	Отдел туризма национального парка
2. Определение требований и работ для волонтеров. 2.1 Создание разнообразных задач, чтобы каждый эковолонтер мог найти проект, который наиболее подходит и соответствует его интересам и навыкам.	1 неделя	Отдел туризма национального парка

Этапы	Сроки выполнения	Ответственный
3. Задействование персонала и специалистов организации процесса работ. 3.1 привлечение специалистов и опытных сотрудников национальных парков 3.2 проводить обучение волонтерам, помогать с работами на территории парка и участвовать в проведении мероприятий.	1 неделя	Заместитель директора по экологическому просвещению и международному сотрудничеству
4. Поиск добровольцев. 4.1 размещение информации на официальных сайтах парков 4.2 распространение информации о наличии добровольческих вакансий через единую информационную систему «DOBRO.RU», партнерские организации и СМИ.	3 месяца до начала программы	Отдел по связям с общественностью
5. Поиск партнеров для совместной работы и финансирования программ.	3 месяца	Отдел по связям с общественностью
6. Определение режима проживания и питания волонтеров. Предоставить эковолонтерами комфортные условия проживания и питания на территории парка.	1 неделя	Отдел туризма и рекреации
7. Планирование мероприятий и расписания работ. 7.1 Расписание ежедневных работ; 7.2 Расписание лекций и экскурсий; 7.3 Свободное время для волонтеров на территории парка.	1 неделя	Заместитель директора по экологическому просвещению и международному сотрудничеству
8. Продвижение программы. 8.1 Организация мероприятий и презентаций для привлечения внимания к программе. 8.2 Обращение в рекламные кампании, чтобы привлечь больше эковолонтеров и повысить уровень осведомленности о программе.	Месяц	Заместитель директора по экологическому просвещению и международному сотрудничеству
9. Реализация программы. Совместная работа специалистов парка и волонтеров по разработанным элементам эковолонтерской программы.	4 года	Отдел туризма и рекреации парка
10. Поощрение волонтеров и оценка добровольческих работ.	1 день	Заместитель директора по экологическому просвещению и международному сотрудничеству

Составлено автором по [3]

1 этап: определение целей и задач программы. В этом этапе определяются цели и задачи эковолонтерских программ, которые будут определять направление работы волонтеров. Это помогает обеспечить единое понимание среди всего персонала и волонтеров о том, что необходимо достичь, и какими методами этого можно достичь.

2 этап: определение требований и работ для волонтеров. На этом этапе разрабатываются задачи, которые могут быть выполнены волонтерами, а также устанавливаются требования к участникам программы (табл. 2).

В данной таблице перечислены 14 требований, которые являются обязательными для волонтеров в национальном парке. В столбцах справа от каждого требования перечислены задачи, которые могут выполнять волонтеры в парке. В каждой ячейке таблицы, где встречается знак «+», указано, что данное требование необходимо для выполнения соответствующей задачи, там, где встречается знак «-», означает, что данное требование не обязательно к этой задаче. В каждой задаче требования к возрасту, полу и опыту могут варьироваться в зависимости от

конкретных потребностей национального парка. Конкретные задачи, которые будут выполнять эковолонтеры, будут зависеть от потребностей конкретного национального парка и требований, которые могут меняться в зависимости от времени года, погодных условий и т.д.

Таблица 2

Задачи и требования к волонтерам в национальных парках

Требования/задачи	Изучение флоры и фауны	Уход за территорией парка, озеленение парка	Организация экскурсий, образовательные программы	Мониторинг численности и состояния животных и растений	Обслуживание и развитие эко троп	Мониторинг загрязнения (воды, воздуха)
1. Возраст от 18 до 60 лет	25-30	18-25	25-30	25-35	20-30	25-40
2. Наличие прививки от клещевого энцефалита и медицинской книжки	+	+	+	+	+	+
3. Пол мужской/женский	м/ж	м/ж	м/ж	м/ж	м	м/ж
4. Знание основ экологии	+	+	+	+	-	+
5. Умение ориентироваться	-	+	+	-	+	-
6. Физическая подготовка	-	+	+	-	+	+
7. Опыт работы в научных проектах	+	-	-	+	-	+
8. Ответственность	+	+	+	+	+	+
9. Знание языков	+	-	+	+	-	+
10. Наличие водительских прав	-	+	+	-	+	-
11. Коммуникабельность	+	+	+	+	+	+
12. Навыки первой медицинской помощи	+	+	+	+	+	+
13. Готовность к работе на открытом воздухе	+	+	+	+	+	+
14. Предыдущий опыт работы в национальных парках	+	-	+	+	+	+

Составлено автором по [3]

Все работы будут проводиться под наблюдением опытных сотрудников парка, которые обучат волонтеров необходимым навыкам и помогут им в работе. После определения целей и требований к волонтерам необходимо привлечение специалистов и опытных сотрудников национальных парков. Они могут обучать волонтеров, помогать с работами на территории парка и участвовать в проведении мероприятий.

3 этап: задействование персонала и специалистов организация процесса работ. На этом этапе определяются необходимые специалисты и сотрудники национального парка, которые будут участвовать в организации работы волонтеров, которые будут проводить обучение волонтеров и помогать им в работе на территории парка.

Кроме того, для организации программы эковолонтерского туризма необходимо иметь хорошо обученный персонал, который может организовать группу волонтеров, обеспечить их безопасность и комфортное проживание на территории парка. Это помогает создать эффективную команду, которая будет успешно выполнять задачи и обеспечивать комфортное пребывание волонтеров.

4 этап: поиск добровольцев. Один из важнейших этапов реализации экологических практик это набор добровольцев. Размещение информации о программе на официальных сайтах парков, использование информационной системы «DOBRO.RU», в СМИ это поможет привлечь больше экологов, а также размещение информации на сайте студенческого и международного туризма.

5 этап: поиск партнеров для совместной работы и финансирования программ. На этом этапе ищутся партнеры, которые могут поддержать программу волонтерства финансово или своими ресурсами. Они могут включать в себя другие организации, предприятия или государственные учреждения. Благодаря сотрудничеству с партнерами можно получить дополнительные финансовые и материальные ресурсы, а также расширить географию их использования.

6 этап: определение режима проживания и питания волонтеров. В зависимости от конкретной программы и ее местоположения, могут быть предложены различные варианты проживания, такие как проживание в гостиницах, домах местных жителей, в домиках на территории парка, в палатках, а также в общежитиях.

Также определяется система питания для волонтеров на время участия в программе. Возможны различные варианты питания: от самостоятельного приготовления еды на кухне, до предоставления полного пансиона, включающего завтрак, обед и ужин.

Обеспечение удобства и комфорта для волонтеров повысит их мотивацию и участие в мероприятиях, а также комфортные условия помогут сделать программу более привлекательной для потенциальных волонтеров и помочь привлечь больше людей для участия в ней.

7 этап: Планирование мероприятий и расписания работ. На этом этапе разрабатываются расписание работ для волонтеров, лекций и экскурсий, а также свободное время для волонтеров на территории парка.

Кроме того, на этом этапе определяются сроки выполнения задач, составляется график работы волонтеров и планируются перерывы для отдыха и питания. Важно учесть, что планирование мероприятий и расписания работ должно быть гибким, чтобы учитывать неожиданные обстоятельства и изменения в погодных условиях.

8 этап: Продвижение программы. Организация мероприятий и презентаций для привлечения внимания к программе.

1) Участие в мероприятиях и фестивалях. Участие в мероприятиях, фестивалях и выставках, акциях, связанных с экологией и окружающей средой, где можно представить свою программу и привлечь внимание к ней.

2) Размещение информации на сайтах. Размещение информации о программе на сайтах, которые ориентированы на экологическую тематику и привлекают целевую аудиторию, например, портале «DOBRO.RU», сайте студенческого и молодежного туризма, тематических форумах и сообществах.

3) Email-рассылки. Рассылка информации о программе по электронной почте целевой аудитории и партнерам, которые могут помочь в продвижении.

4) Маркетинговые инструменты (проведение рекламных компаний в интернете и офлайн (рекламные стенды, буклеты, рекламные ролики на ТВ и т.д.)

9 этап: реализация программы. На этом этапе будут определены сроки запланированных мероприятий, которые будут выполняться в соответствии с расписанием, а также совместная работа специалистов парка и волонтеров по разработанным программам пребывания (табл. 3).

Таблица 3

Программы пребывания в национальном парке ФГБУ Земля Леопарда

Элементы программы / Задачи	Трансфер	Размещение	Питание	Развлечение	Необходимое оборудование	Поощрение волонтеров
1. Изучение флоры и фауны	Самостоятельное прибытие в парк/ до кордона добираются вместе с организатором программы	Общежитие рядом с парком/Кордон	Входит в программу за счет парка (сухой пайки)	Экскурсии на территории парка, посещение музеев	Оборудование и все необходимое для программы предоставляет парк	Сертификат участника программы – официальное признание вклада волонтера в изучение флоры и фауны

Элементы программы / Задачи	Трансфер	Размещение	Питание	Развлечение	Необходимое оборудование	Поощрение волонтеров
2. Уход за территорией парка, озеленение парка	Организация трансфера за счет национального парка (сбор и доставка волонтеров)	Отсутствует, однодневная программа	Полевая кухня	Посещение экспозиций в визит центре земля леопарда	Оборудование и все необходимое для программы предоставляет парк	Скидки на товары и услуги
3. Организация экскурсий, образовательные программы	Самостоятельное прибытие в парк	Размещение в общежитие посёлка Барабаш	Самостоятельное приготовление пищи, продукты за счет парка	Участие в экскурсии на территории, которые рассчитаны на несколько дней	Оборудование и все необходимое для программы предоставляет парк (Заповедное море и берег поющих сосен)	Участие в экспедициях и научных исследованиях. Сертификат о прохождении курсов экскурсоводов на базе национального парка Земля леопарда
4. Мониторинг численности и состояния животных и растений.	Самостоятельное прибытие в парк	Размещение в общежитие посёлка Барабаш	Питание за счет парка. Трёхразовое в кафе Лесная поляна	Лекции основы и методы мониторинга в экологии, вечерние посиделки у костра	Оборудование и все необходимое для программы предоставляет парк	Сертификат участника программы – официальное признание вклада волонтера
5. Обслуживание и развитие экотроп	Самостоятельное прибытие в парк	Размещение в общежитие посёлка Барабаш	По договору с кафе «Лесная поляна» трёхразовое	Посещение экспозиций в визит центре Земля Леопарда	Оборудование и все необходимое для программы предоставляет парк	Участие в экспедициях и научных исследованиях. Сертификат о прохождении курсов экскурсоводов на базе национального парка Земля леопарда.
6. Мониторинг загрязнения (воды, воздуха)	Самостоятельное прибытие в парк	В центре экологического просвещения на о. Попова	Трёхразовое питание будет организовано на базе столовой центр эко просвещение	Лекции на тему техники, методы сбора и анализа проб воды и воздуха. Прогулки на сапах (за счет волонтеров по их усмотрению)	Оборудование и все необходимое для программы предоставляет парк	Сертификат участника программы – официальное признание вклада волонтера

Составлено автором по [4].

10 этап: поощрение добровольцев. Он является важным аспектом мотивации волонтерской деятельности. Виды поощрения могут быть разные в зависимости от задач которые выполнял волонтер и на усмотрение парка.

Это могут быть:

– сертификат участника программы – официальное признание вклада волонтера в охрану природы [5];

– возможность посещения национального парка вне рабочего времени – волонтерам могут предоставляться льготы при бронировании проживания в национальном парке, чтобы они могли проводить свободное время в красивой и экологически чистой зоне [5];

– обучение – в рамках программы волонтеры могут получать обучение от специалистов национального парка в области охраны природы, научных исследований и туризма [5];

– участие в экспедициях и научных исследованиях – для волонтеров, которые проявляют особый интерес к научным исследованиям и защите окружающей среды, могут быть предоставлены возможности участвовать в научных экспедициях и исследовательских проектах и т.д. [5].

Таким образом разработка этапов эковолонтерской программы является важным шагом для эффективной и успешной реализации проекта. Это позволяет определить цели, задачи и ожидаемые результаты, а также проработать детали каждого этапа и необходимые ресурсы. Без разработки этапов эковолонтерской программы может быть сложно управлять проектом, определить, какие ресурсы нужны для реализации, и как оценить достижение целей.

Разработка этапов также помогает определить роли и обязанности волонтеров, сотрудников парка, партнеров и других заинтересованных сторон, а также определить необходимые меры безопасности и оценить риски и возможности программы.

Заключение

В работе рассмотрена актуальная тема развития эковолонтерского туризма в национальных парках и заповедниках. Целью статьи было разработать программу эковолонтерского туризма для национального парка, на примере ФГБУ «Земля леопарда».

В рамках статьи был описан проект программы, а также были определены задачи программы. Программный метод развития эковолонтерского туризма является эффективным способом привлечения внимания к проблемам окружающей среды и стимулирования экологической культуры у людей. Он позволяет создать уникальную экспертную среду, в которой люди могут не только участвовать в сохранении природы, но и получать ценный опыт и знания в области экологии и устойчивого развития.

Программный метод развития эковолонтерского туризма включает в себя ряд этапов, таких как определение целей и задач программы, поиск добровольцев, поиск партнеров для совместной работы и финансирования программ, определение режима проживания и питания волонтеров, планирование мероприятий и расписания работ. Каждый этап является важным и необходимым для успешной реализации программы.

В дальнейшем, использование программного метода в развитии эковолонтерского туризма может стать основой для создания новых программ, которые позволят более широко и эффективно привлекать туристов и волонтеров в границы особо охраняемых природных территорий.

В целом, статья подчеркивает необходимость использования программного подхода в развитии эковолонтерского туризма в особо охраняемых природных территориях. Программный подход позволяет рационально использовать ресурсы, определить цели и задачи программы, а также оценить ее эффективность.

1. Кобзова С.Н. «Туристическое волонтерство» и «волонтерский туризм»: современное состояние и перспективы развития: – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «Elibrary». – 2020. – № 5. – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 27.03.2023).

2. Волонтерство в российских национальных парках: [сайт]. – URL: https://abroadz.com/volontyorstvo_v-rossiiskih_zapovednikah/ (дата обращения: 28.03.2023).

3. Цыренова И.Ж. Особенности туристско-рекреационной деятельности в национальных парках России: – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.04.2023).

4. Николашин В.Н. Характеристика особо охраняемых природных территорий как объектов экологического туризма: – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 30.03.2023).

5. Романчук О.Н. Суворов А.П. Экологический туризм на особо охраняемых природных территориях: – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 31.03.2023).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

П.С. Борисова

бакалавр

И.С. Михина

канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В статье проведен анализ современных тенденций развития горнолыжного туризма в России. Так же представлены горнолыжные курорты, находящиеся на территории Российской Федерации. В работе выявлены проблемы и перспективы развития горнолыжных курортов в РФ. Приводятся этапы особенностей природы России. Подробно расписываются горнолыжные трассы по уровню сложности и приводятся примеры. Рассмотрены горнолыжные центры Дальнего Востока. Показана динамика туристского потока на горнолыжные курорты Российской Федерации.

Практическая значимость результатов исследования проявляется в разработке рекомендаций, предложений для развития горнолыжных курортов на территории Российской Федерации.

Ключевые слова: горнолыжный курорт, Россия, горнолыжные трассы.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SKI TOURISM IN RUSSIA

The article analyzes the current trends in the development of ski tourism in Russia. Ski resorts located on the territory of the Russian Federation are also represented. The paper identifies problems and prospects for the development of ski resorts in the Russian Federation. The stages of the peculiarities of the nature of Russia are given. Ski trails are described in detail according to the level of difficulty and examples are given. The ski centers of the Far East have been thoroughly analyzed. The dynamics of the tourist flow to the ski resorts of the Russian Federation is shown.

The practical significance of the research results is manifested in the development of recommendations, proposals and analysis of the state of ski resorts on the territory of the Russian Federation.

Keywords: ski resort, Russia, ski slopes.

Введение. Исследовательский интерес был направлен на изучение горнолыжных курортов, находящихся на территории Российской Федерации. Так как он становится все более популярным и востребованным видом туризма.

Согласно мнению авторов статьи «Классификация горнолыжных курортов Европы» И.Н. Тикуновой и М.Г. Крапивиной. Горнолыжная индустрия, становится все более глобальной и популярной. Она включает в себя как производство горнолыжного инвентаря, так и специфическую инфраструктуру с входящими в нее гостиничным сектором, горнолыжными подъемниками и трассами. Курорты создаются не только в тех местах, где для этого есть естественные условия, но и искусственно: при помощи инновационных технологий строятся искусственно оснеженные крытые горнолыжные трассы.

Актуальность данной статьи обуславливается важностью развития горнолыжных курортов на территории России, так как из-за последних событий в мире связанных с санкциями и вспышкой заболевания COVID-19, люди все чаще стали посещать Российские, а не зарубежные курорты.

Целью статьи является определение современных тенденций развития горнолыжного туризма в России.

Для ее достижения были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты горнолыжного туризма;
- исследовать мировой и отечественный опыт в сфере горнолыжного туризма;

– определить проблемы и перспективы развития российских горнолыжных курортов.

Объект исследования – горнолыжный туризм РФ.

Предмет исследования – современное состояние горнолыжных курортов России.

В процессе выполнения работы были использованы следующие материалы: учебные пособия, научные статьи, справочная литература.

Приемы и методы исследования, использованные в процессе написания статьи, заключаются в синтезе и анализе имеющихся теоретических материалов, группировке и обобщении теоретического материала с практическими данными.

В России горнолыжный туризм развивался медленнее, чем на Западе. В 1895 году был открыт самый первый клуб лыжников. В течение 15 лет открылось 20 организаций по лыжному виду спорта и туризму, но состав их не многочисленный. Катализатором развития горнолыжного туризма послужил переход из Москвы в Ленинград. Участниками этого похода были А. Немухин, А. Захаров, М. Елизаров, И. Гостев.

Российские горнолыжники не выступали на международных соревнованиях до 1948 года. Поэтому настоящим прорывом стала бронзовая медаль Евгении Сидоровой на Олимпийских играх 1956 года. Но после этого успеха наступил продолжительный период затишья в спортивных достижениях, хотя в это же время в СССР горные лыжи приобретали всё большую популярность как вид туризма и отдыха.

В феврале 2012 года на трассах Красной Поляны провели этап Кубка мира, в рамках которого спортсмены соревновались в скоростном спуске и суперкомбинации. Трассы получили высокие оценки.

Развитие российских горнолыжных комплексов не стоит на месте и продолжает развиваться. Сейчас же наши горнолыжные курорты не уступают заграничным.

В таблице 1 приведен перечень знаменитых горнолыжных баз в РФ.

Таблица 1

Горнолыжные курорты РФ

Название курорта	Территория	Год создания
Домбай	Кавказ	1933
Абзаково	Урал	1962
Чегет	Кабардино-Балкария	1963
Гора Соболиная	Иркутская область	1969
Большой Вудъявр	Мурманская область	1973
Шерегеш	Сибирь	1980
Сорочаны	Московская область	1994
Завьялиха	Южный Урал	1998
Роза Хутор	Сочи	2003
Бобровый лог	Красноярск	2006

Составлено автором [6].

Следуя выше представленной таблице можно сделать вывод, что на территории России есть 10 крупнейших горнолыжных комплексов и каждый из них по-своему уникален. Каждый оснащён своими трассами. Не все из выше представленных курортов подойдут для разных типов потребителей, так как какие – то слишком сложны для начинающих горнолыжников.

Посещаемость туристами горнолыжных курортов на территории РФ растет. Для наглядного примера приведена табл. 2.

Таблица 2

Туристический поток въездного, выездного и внутреннего туризма на горнолыжные курорты за 2018–2021 гг., млн чел.

Показатели	2018	2019	2020	2021	Темп прироста в % 2020 г. отн. 2018 г.
Въездной туризм	0,2	0,5	0,1	0,1	-50
Выездной туризм	2,2	0,1	0,7	1,4	-68,2
Внутренний туризм	11,3	12,6	10,7	13,4	-5,3

Составлено автором [12]

Согласно таблице, можно сделать вывод, что увеличение туристского потока в выездном и въездном туризме приходится на 2018 год, а в 2020–2021 гг. прослеживается значительного сокращения туристов из-за вспышки коронавирусной инфекции. Следует отметить темп прироста на горнолыжные курорты въездного (-50%), выездного (-68,2%) и внутреннего (-5,3%) туристического потока. В 2019 году значительно снизилось количество туристов из-за пандемии COVID-19.

Стоит отменить стоимость входного билета на горнолыжные курорты РФ + ски-пасс в табл. 3 (тыс. руб.).

В ДВФО существует много горнолыжных баз. Посещаемость всех горнолыжных курортов Дальнего Востока приведена в табл. 3.

Таблица 3

Динамика посещаемости горнолыжных курортов Дальнего Востока (тыс. чел.)

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	Рейтинг
«Горный воздух» (Сахалин)	178	215	169	292	1
«Гора Морозная» (Камчатка)	95	103	115	140	2
«Эдельвейс» (Камчатка)	90	95	100	120	3
«Красная Сопка» (Камчатка)	87	89	96	103	4
«Медвежья долина» (Хабаровск)	87	89	93	104	5
«Холдоми» (Комсомольск-на-Амуре)	61	62	70	75	6
«Амут Сноу Лейк» (Комсомольск-на-Амуре)	51	60	70	71	7
«Фома» (Биробиджан)	35	37	43	61	8
«Комета» (Владивосток)	30	41	43	55	9
«Восток» (Арсеньев)	16	18	20	21	10

Составлено автором [13].

В связи с представленными данными можно сделать вывод, что чаще всего жители Дальнего Востока посещают горнолыжную базу «Горный воздух» расположенную в г. Южно-Сахалинск, так как этот вариант является более выгодным и доступным, а также он находится в черте города, тем самым это удобно для многих туристов.

Также у горнолыжных курортов Российской Федерации есть свои особенности, они представлены в табл. 4.

Таблица 4

Преимущества и недостатки горнолыжных курортов центральной части России и Дальневосточных регионов

Преимущества центральных горнолыжных курортов РФ	Недостатки горнолыжных курортов ДВФО
– Цены; – Логистическая доступность;	– Мало трасс; – Качество и скорость подъемников;

Преимущества центральных горнолыжных курортов РФ	Недостатки горнолыжных курортов ДВФО
<ul style="list-style-type: none"> – Красивая природа; – Качество снега; – Большое количество трасс. 	<ul style="list-style-type: none"> – Низкий уровень безопасности; – Качество обслуживания; – Наличие развлечений.
Недостатки	Преимущества
<ul style="list-style-type: none"> – Низкий уровень безопасности; – Качество обслуживания. 	<ul style="list-style-type: none"> – Красивая природа; – Ценовая политика; – Логистическая доступность.

Составлено автором [11]

Из данной таблицы следует вывод, что преимуществом горнолыжных курортах центральной части России и Дальнего Востока являются: красивая природа, низкие цены и логистическая доступность. Общими недостатками являются: низкий уровень безопасности и плохое качество обслуживания. Подытожив все перечисленные дынные, следует отменить, что в горнолыжных комплексах ДВФО недостатков больше чем в центральной России.

Следует отменить, что для дальнейшего развития горнолыжной туристской индустрии Российской Федерации существуют перечень перспектив таких как: растущая популярность здорового образа жизни, появление новых турпредложений, стабильное развитие, дополнительный заработок на сувенирную продукцию. Так же в России существует много горного массива, пригодного для строительства горнолыжных центров.

Вывод. Проанализировав вышеперечисленное можно сделать вывод, что вопросы и задачи в развитии горнолыжной тур. индустрии остаются. Государство принимает все возможные меры для привлечения потребителей на туристический рынок и для улучшения качества обслуживания на горнолыжных курортах страны.

Указанные выше проблемы показывают низкую привлекательность отечественных горнолыжных комплексов, в результате большинство отдыхающих отдают предпочтение зарубежным курортам, которые предоставляют высокий уровень сервиса, а также обеспечивают безопасный отдых и комфортное обслуживание и условия проживания. На сегодняшний день катание на лыжах привлекает не только спортсменов и туристов, но и других почитателей лыжного спорта и зимнего отдыха.

Приведено сравнение мирового и отечественный опыта в сфере горнолыжного туризма, был сделан анализ горнолыжной туристской индустрии в РФ. Так же досконально разобраны горнолыжные курорты ДВФО и вычленены проблемы и перспективы развития горнолыжных курортов в России.

В заключение можно добавить, что горнолыжный вид туризма считается одним из самых популярных и востребованных. Сейчас туристский рынок Российской Федерации претерпевает большой прирост посетителей из-за последних событий в мире и тем самым нуждается в реконструкции и в добавлении новых рекреаций. Благодаря тому, что страна богата всевозможными культурными и природными достопримечательностями, можно сказать, что у РФ есть все шансы выйти на мировой рынок туристской индустрии.

1. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособие. – Минск: БГЭУ, 2019.

2. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие. – Москва, 2022.

3. Гостиничный и туристический бизнес: учебник / под ред. А.Д. Чудновского. – Москва: ЭКМОС, 2021.

4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 04.10.1996 г. № 132-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – 24 ноября. – № 23, Ч.1 – Ст. 7399.

5. Развитие туризма в Приморском крае: Постановление Администрации Приморского края № 396-па от 7. 12. 2020 года // Бюллетень Администрации Приморского края на 2013–2021 годы (с изменениями на 12.01. 2019 года)

6. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова; под ред. В.С. Янкевича. – Москва: Финансы и статистика, 2022. – 415 с.: ил. – Библиограф.: с.413–415.

7. Кобяк М. Мировой рынок гостинично-туристских услуг // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2018. – №2. – С. 46–48.
8. Планирование на предприятии туризма: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 060800 "Экономика и упр. на предприятии туризма и гостинич. хозяйства" / Е.И. Богданов, О.Н. Кострюкова, В.П. Орловская, П.М. Фенин; под ред. Богданова Е.И. – Санкт-Петербург.: Бизнес-пресса, 2021. – 288 с.
9. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие: учеб. пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2019. – 303 с.: ил., табл. – Библиограф.: с. 295–301.
10. Арни У. Мировой атлас горнолыжных курортов // Журнал. – Москва: Гранд-Фаир, 2018. – 224 с.
11. Здоров А.Б. Экономика туризма: учеб. пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2012 – 272 с.
12. Жданова М.С., Бугова Н.В., Аверин Д. Горнолыжные курорты Европы: путеводитель / М. С. Жданова. – Москва: Аякс-пресс, 2022. – 300 с.
13. Землянская Н., Бархатова Н. Горнолыжные курорты Австрии. Зельден. Обергургл. Хохгургл. – Москва: Welcome, 2017. – 386 с.
14. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – Москва: Финансы и статистика, 2021. – 199с.: ил.; 21 см. – Библиограф.: с.191–198 (146 назв.).

УДК 796

АНАЛИЗ «ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫХ ЗАВТРАКОВ» В СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

П.М. Валл
бакалавр
В.Г. Ден
доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В современном мире туризм и поездки стали предметом повседневной деятельности большинства населения. При этом, путешествия для знакомства с особенностями местной кухни и кулинарными традициями сегодня становится все более популярным. Питание является основой любого туристского продукта. Необходимо отметить, что в системе питания человека завтрак является одним из важнейших приемов пищи в течение дня, однако не рассматривается как способ демонстрации кулинарной специфики и продвижения территории. В статье проанализирован рынок предприятий общественного питания в Приморском крае в аспекте предоставления завтраков, выявлена региональная специфика «дальневосточного завтрака». Выяснено, что в ресторанах города Владивостока нет отельного меню завтраков с региональными ингредиентами, однако обнаружены предприятия общественного питания, использующие в работе дальневосточные продукты и разрабатывающие на их основе рецепты новые блюда.

Ключевые слова: *гастрономический туризм, общественное питание, здоровое питание, завтрак, дальневосточная кухня, дальневосточный завтрак.*

"FAR EASTERN BREAKFAST" IN THE SYSTEM OF VLADIVOSTOK' FOOD SERVICE INDUSTRY

In today's world, tourism and travel have become a subject of daily activities for the majority of the population. At the same time, traveling to get acquainted with the peculiarities of local cuisine and culinary traditions is becoming more and more popular today. Nutrition is the basis of any tourist product. It should be noted that in the human food system, breakfast is one of the most important meals during the day, but it is not considered as a way to demonstrate the culinary specifics and promote the territory. The article analyzes the market of catering enterprises in Primorsky Krai in the aspect of providing breakfasts, revealing the regional specificity of the "Far Eastern breakfast. It was found that there is no hotel breakfast menu with regional ingredients in the restaurants of Vladi-

vostok, but found catering companies that use Far Eastern products in their work and develop recipes for new dishes based on them.

Keywords: *gastronomic tourism, public catering, healthy eating, breakfast, Far Eastern cuisine, Far Eastern breakfast.*

Введение

Путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни и кулинарными традициями сегодня становится все более популярным. Переориентация туристских потоков и смена интересов потребителей на внутренние туристские продукты привели к быстрому развитию гастрономического туризма, в том числе на региональном уровне. Почти каждый регион Российской Федерации может предоставить потребителю аутентичный и интересный гастрономический турпродукт.

Местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс территорий, позволяющий создать новые туристские продукты и открыть новые грани туристской дестинации. Связь гастрономии и туризма способствует увеличению притока туристов и срока их пребывания, увеличивая прибыль от туристской деятельности.

В гастрономическом туризме важную роль занимает система общественного питания. Продвижение различных вариантов питания с сохранением региональной идентичности территории и ее жителей повышает туристскую привлекательность места.

Необходимо отметить, что в системе питания человека завтрак является одним из важнейших приемов пищи в течение дня.

Многоопытные туристы нуждаются в новых гастрономических туристских продуктах, а запрос на аутентичность и использование местных ингредиентов требует внесения изменений в привычные для потребителей приемы питания. Согласно данным руководителя проекта «Гастрономическая карта России» необходимо сконцентрироваться на разработке таких опций, как, «региональный завтрак» в средствах размещения и в ресторанах региона [1].

Интерес к региональным продуктам, презентующим гастрономическую специфику территории, тяга «к корням» (традиционные рецепты, национальные кухни, традиции и т.п.) и необходимость в продвижении региональных кухонь, в особенности за счет отдельных повседневных приемов пищи обуславливает актуальность выбранной темы.

Объект исследования – система общественного питания города Владивостока в аспекте развития гастрономического туризма.

Предметом исследования является «дальневосточный завтрак» в системе общественного питания.

Цель исследования – проанализировать предприятия общественного питания в аспекте предложения завтраков в городе Владивостоке.

В ходе исследования был решен ряд задач:

- исследование мирового и отечественного опыта организации завтраков;
- изучение рынка предприятий общественного питания в городе Владивостоке, в том числе в предоставлении завтраков;
- анализ ресурсной базы дальневосточных завтраков: региональный аспект;
- определение кулинарных предпочтений потребителей завтраков на предприятиях общественного питания города Владивостока.

Основная часть

Гастрономический туризм – новое направление развития мирового туризма, которое является одним из возможных направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия и фактором устойчивого развития территорий. Целью гастрономических туров является знакомство с особенностями кухни той или иной страны, местной рецептуры, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления и подачи пищи [1].

Составляющей индустрии гастрономического туризма и основой любого тура является питание гостей. В туризме в целом важно поддержание и продвижение различных вариантов питания, что позволяет, помимо удовлетворения физиологической потребности, сохранить региональную идентичность территории и повысить ее туристскую привлекательность.

Питание является одним из важнейших факторов, определяющих здоровье человека, обеспечивает нормальное физическое развитие, способствует профилактике заболеваний, повышает работоспособность человека и создает условия для адаптации к окружающей среде.

Для обеспечения безопасности здоровья необходимо придерживаться определенных принципов в течение всей жизни:

- качество продуктов и разнообразие ежедневного меню;
- объём потребляемой пищи и умеренность рациона;
- режим питания, включающий 4–5 приемов пищи с равномерными промежутками между ними;
- ежедневное употребление минимум 400 г. свежих овощей и фруктов [2].

Отметим, что возросший в период обострения пандемии COVID-19 интерес к здоровому образу жизни будет оставаться в центре внимания. Гастрономия в 2022 году во многом привязана к лучшим традициям правильного сбалансированного питания – выбору фермерских продуктов, в том числе полуфабрикатов, выращиванию собственной зелени на подоконниках, сокращению в рационе доли животной пищи, покупке хлебобулочных изделий из цельнозерновой, ржаной, кукурузной или рисовой муки [3]. В то же время, люди продолжают употреблять на завтрак нерекомендуемые продукты (бутерброды, выпечку, кофе) [4].

Существует не так много исследований о значении завтрака для здоровья человека и о влиянии ежедневного утреннего приёма пищи на дальнейшее пищевое поведение человека в течение дня. По словам диетолога клиники «Мейо» в Рочестере (США) Кэтрин Зерацки «Утренний прием пищи способствует более сбалансированному питанию. Лучшие варианты для утреннего приема пищи – злаки и фрукты, которые наполняют энергией, или молочные продукты, яйца и, например, бобовые, которые помогают контролировать голод» [5].

Так, формула здорового завтрака – это сочетание сложных углеводов, белков (углеводы – для выработки энергии и активности мозговой деятельности, белки – для роста мускулатуры и тканей), [6] ряда витаминов и минералов (А, В1, В2, В3, С, D, Е) [7].

Самыми распространенными ингредиентами завтраков считаются: яйца, творог, злаки, цельно зерновая пшеничная мука, хлеб [8].

Исследование завтраков разных стран мира показало, что в качестве первого приема пищи используются различные по вкусовым предпочтениям продукты и блюда. В список 50 лучших завтраков мира входят: Англия (яйца, бекон, сосиски, бобы, грибы, картофельные котлетки); Израиль (салат, молочные сыры, запеченный баклажан, маринованный перец, салат из консервированного тунца); Нидерланды (хлеб с сыром, ветчиной, джемом, медом, шоколадной или фруктовой крошкой); Турция (яйца, нарезанные помидоры и огурцы, джем и мед, хлеб, приправленное специями мясо); Мексика (говядина, чилекилес, начос, сыр, фасоль); Корея (смесь из маринованных овощей, кимчи, рис, яичница); Перу (севиче – блюдо из свежей рыбы и морепродуктов, маринованных в соке лимона или лайма, и приправленных перцем чили); Индия (картошка с карри и бобами, лепешка с луковой или сырной начинкой); Египет (стручковая фасоль, нут, чеснок и лимон) [9].

Рейтинг популярных завтраков 2021-2022 г. представлен на рис. 1. Опрос участников провел портал «Nometogo» [10].



Рис.1. Рейтинги завтраков в 2021–2022 гг.

Составлено автором по [10]

Практически во всех странах респонденты выбирают кофе, выпечку или различные виды бутербродов в качестве основных блюд на завтрак (Франция, Испания, Италия, Нидерланды). В Греции самые популярные завтраки – йогурт, фрукты и пироги «тиропита».

В России, как и во всем мире, растет тренд на потребление здоровой пищи и функциональное, сбалансированное питание [11]. Россия – одна из немногих стран, где на государственном уровне создается, развивается и поддерживается среда устойчивого здорового питания в рамках проекта «Здоровое питание» нацпроекта Роспотребнадзора «Демография». Основные цели проекта – снижение доли россиян, страдающих ожирением; увеличение продолжительности и качества здоровой жизни; внедрение принципов здорового питания среди населения страны; продвижение таких понятий, как качество и безопасность продукции; повышение осознанности граждан в вопросах питания [12].

Исследование питания в регионах страны показало, что больше всех едят в России жители Сибири – на человека в среднем приходится 2650 ккал, и Дальневосточного федерального округа – 2610 ккал [13], что объясняется и потребностью большего количества энергии в связи с суровыми климатогеографическими условиями проживания.

Наиболее распространена «культура завтраков» в центральной части России, а именно в Москве и Санкт-Петербурге. Лучшими завтраками по версии сайта «Афиша рестораны» являются: гречневая каша с пармезаном, омлет с крабом, дранник с лососем, лепешка с артишоками и пармой, скрембл с креветками и боттаргой из желтка, картофельный гратен, японский безглютеновый панкейк, омлет с рикоттой, грибами и трюфелем, оладьи из цукини; сырники с вареньем из черной смородины, каша из кедровых орехов, тост с лисичками и козьим сыром, жареная краковская колбаса с картошкой и яйцом-пашот, жареный банан с гранолой и греческим йогуртом [14].

Рейтинг завтраков в России в 2021–2022 гг. показал следующее (рис. 2) [15].



Рис.2. Рейтинг завтраков в России в 2021–2022 гг. (количество проголосовавших в %)

Составлено автором по [15].

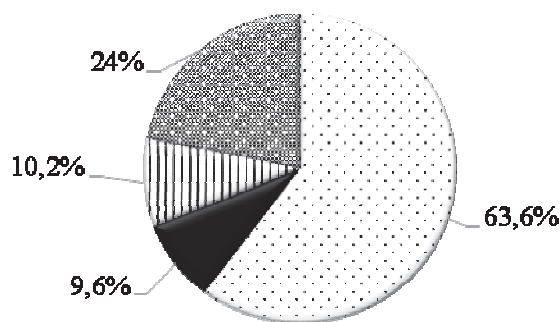
Самыми популярными завтраками являются бутерброды, за них проголосовало 32% людей; каши – 28%; яичница, омлет – 21%; только чай или кофе – 20%; йогурты, творог – 5%.

Выяснилось, что с 1 января по 1 октября 2022 года в сравнении с 2021 годом в России вырос спрос на использование сервисов доставки, согласно которым наблюдается рост заказов на мясную продукцию в утренние часы (вареные колбасы +165%, ветчины + 207%, варенокопченых колбас + 219%), хлопьев (+140%) и йогуртов (+102%). Из готовых блюд на завтрак чаще всего выбирают сырники, запеканки, каши, сытные и сладкие блины [16].

Система общественного питания, в Приморском крае активно развивающаяся сфера деятельности, которая постоянно подстраивается под изменяющийся стиль жизни современного человека. Показательно, что с 2015 по 2020 годы количество мест массового размещения и общественного питания выросло с 2880 ед. до 3307 ед. [17].

Структура рынка общественного питания Приморского края представлена на рис. 3 [18].

Наибольшее количество предприятий общественного питания зарегистрировано в городе Владивостоке (63,6%); следующие по количеству предприятий – Уссурийск (10,2%) и Находка – 9,6% [18].



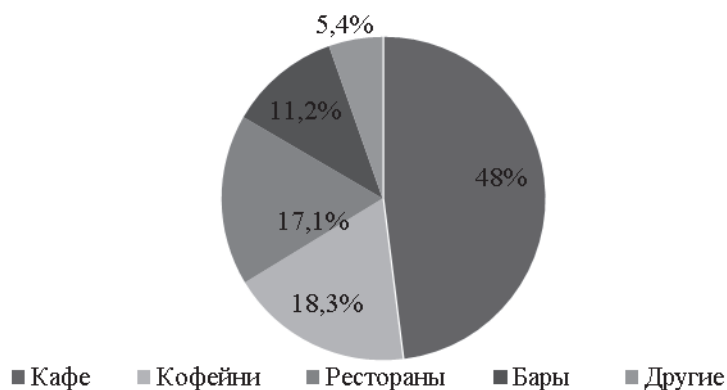
■ Владивосток ■ Находка ■ Уссурийск ■ Другие

Рис. 3. Распределение предприятий общественного питания по Приморскому краю

Составлено автором по [18].

В связи с тем, что больше половины рынка общественного питания Приморья сосредоточено в городе Владивостоке, целесообразным видится рассмотреть предприятия города.

На рисунке 4 представлено процентное распределение по типам предприятий общественного питания в городе Владивостоке [19, 20].



■ Кафе ■ Кофейни ■ Рестораны ■ Бары ■ Другие

Рис. 4. Предприятия питания г. Владивостока по типам

Составлено автором по [19, 20].

В городе Владивостоке, по количеству преобладают кафе (48%), кофеен – 18,3%, ресторанов – 17,1%, баров – 11,2%, другие – 5,4%.

Можно назвать следующие рестораны, специализирующиеся на завтраках: «GUSTO gastrobar», «Cantina bar», «Argentum», «Crust cafe», «Torro Grill», «Миллионка», «Port Avenue», «Michelle», «Moloko&Mёд», «PastaMore», «Del Mar», «Ностальгия», «Gastroli Grill». Все рестораны предприятия предоставляют блюда из творога, яиц и сыра, каши, различные виды сэндвичей, хлеб и хлебобулочные изделия с топпингами и начинками.

Помимо ресторанов завтраки также представлены в ряде кафе города Владивостока: «STUDIO», «Практика», «Кофемолка», «Hélsy», «Чепуха», «Le dessert», «Пекарня Мишеля», «Coffee Machine». Наиболее часто встречающиеся в меню предприятий завтраки – это сырники с различными соусами, яйцо-пашот, брускетты.

Использование региональных ресурсов для завтраков в системе общественного питания Приморского края служит привлечением нового потребителя в числе жителей и гостей города, однако является наименее распространенным среди предприятий.

В аспекте использования региональных кухонь для привлечения туристов можно говорить о дальневосточной кухне, как о новом гастрономическом феномене, возникшим на Тихоокеанском побережье России и вобравший в себя традиции переселенцев, коренных народов, домашней кухни жителей Дальнего Востока вместе с азиатскими заимствованиями, формирующийся с середины XVII века и до наших дней.

Особенные природные условия тихоокеанских регионов Дальнего Востока сформировали набор таежных и морских видов флоры и фауны, обладающих необычайно высокой концентрацией биологически активных веществ. Морская и лесная охота, сбор дикоросов – неотъемлемая часть культуры местных жителей. Дальневосточная кухня использует «дикие» продукты и культивируемые (мидия, трепанг, гребешок), выращиваемые в естественной среде [21].

Сегодня современная дальневосточная кухня выражает стремление дальневосточников из разнородных и противоречивых культур сделать яркую и независимую идентичность. Рестораны столицы Приморского края регулярно организуют гастрономические ужины и дегустации и участвуют в общероссийских ресторанных событиях [22].

На наш взгляд, ресурсной базой для формирования дальневосточных завтраков в рамках развития региональной кухни являются морепродукты (приморский гребешок, дальневосточный трепанг, змееголов, иваси, камбала, корюшка), дикорастущие травы, местные грибы и ягоды (актинидия, амурский виноград, барбарис амурский, брусника, жимолость), орехи и мед (кедр корейский, кедровый стланнык, маньчжурский орех, уссурийский мёд) [23].

В рамках исследования было запущено пилотное анкетирование с целью выявления заинтересованности жителей города Владивостока в региональных ингредиентах и завтраках с региональным акцентом.

В процессе исследования был выявлен список ежедневных завтраков жителей города Владивостока (табл. 1).

Таблица 1

Ежедневный завтрак жителей города Владивостока

Рейтинг	Блюдо	Количество в %
1	Блюда из яиц, запеканки домашнего приготовления	64,9
2	Каши (варёные и быстрого приготовления)	54,1
3	Сэндвичи, бутерброды	29,7
4	Йогурты, творожки (и другая кисломолочная продукция)	24,3
5	Печенья, бисквиты заводского производства	18,9
6	Колбасные изделия (колбаса, сосиски и т.д)	16,2
7	Фрукты и овощи	16,2
8	Домашняя выпечка	13,5

Составлено автором.

Согласно данным таблицы, чаще всего на завтрак люди употребляют продукты из яиц и запеканки домашнего приготовления (64,9%). Большой процент людей (54,1%) употребляют на завтрак каши (вареные и быстрого приготовления). Далее по процентному соотношению идут сэндвичи и бутерброды – 29,7%, йогурты и творожки – 24,3%, печенья и бисквиты домашнего приготовления – 18,9%, фрукты, овощи, колбасные изделия – 16,2%; наименьший процент у домашней выпечки – 13,5%.

Обработка данных анкетирования позволила определить, что большинство людей (75,2%) включают в рацион региональные ингредиенты, такие как варенья из приморских эндемиков, грибы, приморский мед, мясо морских животных, красную икру и некоторые виды рыб (в особенности красные).

Более того, большинство жителей (89,2%) проголосовало за внедрение региональных компонентов в завтраки на предприятиях общественного питания города.

Таким образом, в ходе опроса удалось установить основные блюда, которые жители города Владивостока предпочитают на завтрак (яйца, запеканки, каши и т.п.); а также положительное отношение к введению на предприятия общественного питания региональных ингредиентов и «дальневосточных завтраков».

По проведенному анализу рынка общественного питания можно заключить, что культура завтраков в городе не имеет широкого распространения, отдельных меню региональными зав-

траками нет, однако некоторые предприятия общественного питания фокусируются на работе с дальневосточными продуктами и разработке рецептов новых блюд.

Заключение

Большинство людей в современном мире завтраку уделяют особое внимание. Известно, что в туризме важно поддержание и продвижение различных вариантов питания, позволяющих сохранить региональную идентичность территории и повысить туристскую привлекательность.

Следует отметить, культура завтраков особенно развита в мире, однако в отношении России – лидирует Центральная часть страны (Москва и Санкт-Петербург). Основными ингредиентами завтраков в 2022 году стали: творог, каша, яйца, мука.

На территории Приморского края действуют более 1,5 тысяч предприятий общественного питания, однако специализирующихся на завтраках из них около 2% ресторанов и кафе, располагающихся в городе Владивостоке.

Базой для формирования «дальневосточных завтраков» в рамках развития региональной кухни должны выступить ингредиенты дальневосточной кухни (морепродукты, дикоросы, ягоды, орехи и мед).

Результаты анкетирования подтвердили гипотезу автора в необходимости внедрения региональных ингредиентов и продвижении культуры завтраков с дальневосточным акцентом.

1. Гастрономическая карта России [сайт]. – URL: <https://artmoskovia.ru/v-peterburge-obsudili-marshrut-gastronomicheskogo-puteshestviya-serebrya-noe-ozherele.html>

2. Значение правильного питания для здоровья – Текст: электронный // Medaboutm [сайт]. – URL: https://medaboutme.ru/articles/top_7_bolezney_iz_za_nepravilnoy_edy/

3. Гастрономические тренды 2021: как меняются продукты и привычки. – Текст: электронный // Центр международной торговли: [сайт]. – URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/actual/gastronomicheskie-trendy-2021-kak-menyayutsya-produkty-i-privychki/>.

4. Опрос Россиян о любимых блюдах на завтрак. – Текст: электронный // НТВ [сайт]. – URL: <https://www.ntv.ru/novosti/2529621/>

5. Самые распространенные мифы о завтраке [сайт]. – URL: <https://mudrila.ru/5488>

6. Таблица сложных углеводов [сайт]. – URL: <https://littleone.com/publication/0-6121-tablica-slozhnyh-uglevodov>

7. Витамины, где содержатся, для чего нужны. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <http://andrologmed.ru/wp-content/uploads/4/2/a/42a72b928508622e8832794adde3a331.jpeg> (дата обращения: 28.10.2022)

8. Распространённые ингредиенты завтраков – Текст: электронный // Russian/Food [сайт]. – URL: <https://www.russianfood.com/recipes/bytype/?fid=926>

9. 50 лучших завтраков мира – Текст: электронный // Lifestyle [сайт]. – URL: <https://tengrinews.kz/mixnews/50-luchshih-zavtrakov-mira-255314/>

10. Завтраки в Европе – Текст: электронный // Euromag [сайт]. – URL: <https://www.euromag.ru/lifestyle/zavtraki-v-evrope-pravda-i-vumysel/>

11. О культуре питания в России. – Текст: электронный // Foodnews. – 2022. – 2 февраля. – URL: <https://foodnews-press.ru/zhizn/o-kulture-pitaniya-v-rossii>

12. Роспотребнадзор: 79% россиян выбирают здоровое питание. – Текст: электронный // Здоровое питание. – 2022. – 7 декабря. – URL: <https://здоровое-питание.рф/healthy-nutrition/news/rospotrebnadzor-79-rossiyan-vybirayut-zdorovoe-pitanie/>

13. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/>

14. Лучшие завтраки в Москве. – Текст: электронный // Афиша рестораны. – 2022. – 9 марта. – URL: <https://www.afisha.ru/msk/restaurants/luchshie-zavtraki-v-moskve/>

15. Аналитики назвали самые популярные завтраки в России. – Текст: электронный // Известия iz. – 2022. – 26 октября. – URL: <https://iz.ru/1416098/2022-1026/analitiki-nazvali-samye-populiarnye-zavtraki-v-rossii>

16. Пищевые тенденции-2022: рост популярности растений. – Текст: электронный // Foodnews. – 2022. – 5 апреля. – URL: <https://foodnews-press.ru/trendyi/2007-pishhevyie-tendenczii-2022-rost-populyarnosti-rastenij.-chast-1>

17. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/>

18. Предприятия общественного питания Находки, Уссурийска. – Текст: электронный // Библиофонд. Электронная библиотека студента [сайт]. – URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=901535#:~:text=Структура%20предприятий%20общественного>

19. Рестораны Владивостока – Текст: электронный // Yell.ru, база данных [сайт]. – URL: <https://www.yell.ru/vladivostok/top/restorany/?page=50>
20. Кафе Владивостока – Текст: электронный // Hipdir.com [сайт]. – URL: <https://vladivostok.hipdir.com/kafe>
21. Особенности кухни Дальнего Востока. – Текст: электронный // EastRussia. – 2018. – 7 августа. – URL: <https://www.eastrussia.ru/material/osobennosti-kukhni-dalnego-vostoka/>
22. Региональная кухня. – Текст: электронный // Explore France. – 2020. – 11 апреля. – URL: <https://ru.france.fr/ru/kuda-poeihat/article/regionalnaya-kuhnya>
23. Энциклопедия продуктов дальневосточной кухни, морепродукты, дикоросы, орехи, мед. – Текст: электронный // Дальневосточная кухня [сайт]. – URL: <https://pacificrussiafood.ru/products/>

УДК 338.48

АНАЛИЗ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РФ

М.А. Желудкова

бакалавр

И.С. Михина

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Выставка в индустрии гостеприимства – традиционное место бизнес-встреч руководителей, владельцев бизнеса, коммерческих директоров и маркетологов, владельцев туристических агентств, топ-менеджеров компаний-туроператоров и других лиц, принимающих решения в туристской отрасли. Данный инструмент представляется крайне важным с точки зрения построения деловых партнерских отношений между всеми участниками.

Ключевые слова: *выставочная деятельность, бизнес-партнёр, тенденции, перспективы, проблемы.*

ANALYSIS OF EXHIBITION ACTIVITIES IN THE TOURISM INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION

The exhibition in the hospitality industry is a traditional meeting place for business leaders, business owners, commercial directors and marketers, owners of travel agencies, top managers of tour operators and other decision makers in the tourism industry. This tool is extremely important in terms of building business partnerships between all participants.

Keywords: *exhibition activity, business partner, trends, prospects, problems.*

Данная статья посвящена анализу выставочной деятельности в индустрии РФ.

Актуальность исследования состоит в анализе современного состояния выставочной деятельности, что в свою очередь способствует популяризации данных мероприятий среди компаний в РФ.

Научная новизна нашего исследования заключается в новом определении понятия выставочной деятельности.

Цель исследования – Проанализировать выставочную деятельность в туристской индустрии РФ.

Задачи исследования:

- рассмотреть теоретические аспекты выставочной деятельности;
- проанализировать тенденции развития выставочной деятельности в РФ;
- определить проблемы и перспективы развития выставочной деятельности в туристской индустрии РФ.

Методологическая база исследования включает исследование теоретических источников по теме исследования, анализ статистических данных, синтез, описание, метод проектирования.

На наш взгляд выставочная деятельность определяется как процесс подготовки, организации и проведения маркетинговых мероприятий, на которых участники представляют всеобщему вниманию товары и услуги своего производства для привлечения клиентов и поиска партнёров для организации.

Выставочная деятельность – это важнейший инструмент, который позволяет компаниям продвигать свою продукцию на рынке, поддерживать деловое общение с партнерами, быть в курсе новейших тенденций в своей профессиональной отрасли [1].

Можно сказать, что выставочная деятельность за последние десятилетия претерпевает определенную трансформацию, если раньше производители товаров и услуг рекламировали бренд, то теперь они предлагают преимущества для потенциальных клиентов и покупателей, решают задачи трансляции своих ценностей, приоритетов, миссии, для компаний важно не просто участие и присутствие на выставке, но и интеграция данного вида деятельности в свой план развития.

Основная концепция выставочной деятельности состоит в том, что участники и организаторы находятся в поиске наиболее рациональных форм коммуникации между сферой торговли и промышленностью, а также организуют поиск новых рынков сбыта товаров и услуг, производимых в стране. Выставочная деятельность помимо создания возможностей для рекламирования товаров и услуг обеспечивает быстрый обмен информацией, участники на месте заключают контракты, обсуждают перспективы совместного сотрудничества [2].

Выставочная деятельность оказывает значительное влияние на формирование и развитие профессионального и делового туризма в региональных, национальных и международных рамках. Важно отметить, что такие выставки способствуют стимулированию посещений двумя категориями лиц. В первую группу входят непосредственные участники выставок, которые находятся в поиске способов продвижения рекламы и покупателей для продажи своих товаров. Вторая группа – это люди, посещающие выставочные мероприятия с целью ознакомления и дальнейшего приобретения продукции, заключения долгосрочных контрактов на сотрудничество или поставки.

Создание новых предприятий и совершенствование существующих в отраслях экономики, уровень экономического развития и интенсивное внедрение иностранных компаний на российский рынок повлияют на возможный рост делового туризма в различных городах и мегаполисах [1].

Выставочная деятельность вне зависимости от отрасли может быть организована в нескольких форматах (рис. 1).

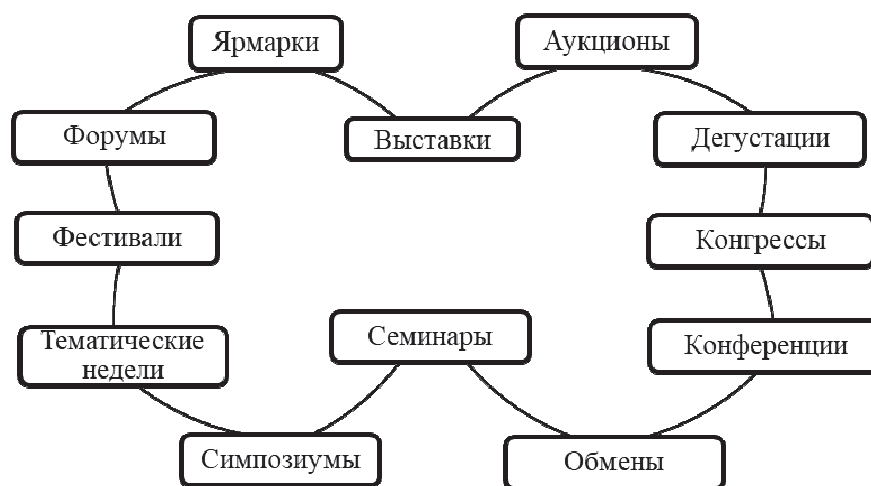


Рис. 1. Форматы организации выставочной деятельности

Составлено автором по [2].

Несмотря на кажущееся сходство, подобные события отличаются между собой по целому ряду признаков:

- цель (ознакомительная, просветительская, обмен опытом, поиск партнеров, привлечение инвестиций и т.д.);
- порядок организации;
- способ участия;
- состав привлеченных участников и заинтересованных посетителей и т.д.

Выставка может объединять в себе несколько форматов, что позволяет привлечь различных спикеров, потенциальных клиентов и партнеров, организовать обмен опытом, технологиями и т.д.

Наиболее распространенными в выставочной деятельности в отечественной практике являются ярмарки и выставки, проводимые в форме:

- торговых ярмарок;
- выставок различного уровня (международные, региональные, городские и т.д.);
- специализированных салонов-выставок и т.д.

Таким образом, в современных экономических отношениях выставочная деятельность трактуется как инструмент решения разного рода задач, стоящих перед компаниями, они представлены на рис. 2.

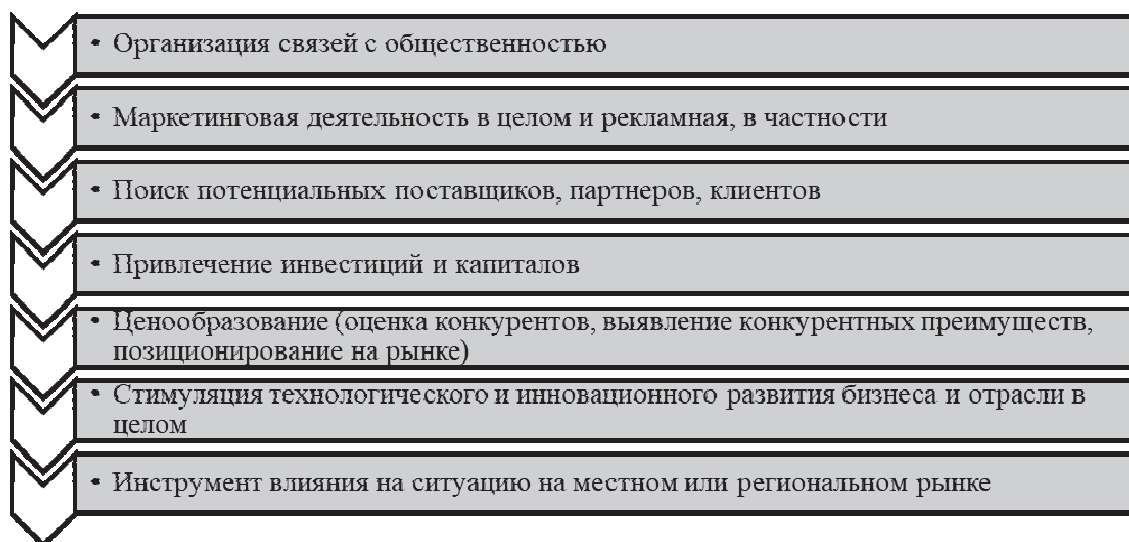


Рис. 2. Задачи компаний туристской индустрии

Составлено автором по [3].

Перечисленные задачи решаются как по отдельности, так и в комплексе, поскольку участие в выставке для компании позволяет охватить достижение сразу нескольких целей, которые зависят от стратегических планов компании, ее краткосрочных задач и других факторов.

Выставки в РФ могут иметь разнообразную тематику, от которой зависит состав участников. Тематику могут иметь не только отдельные разделы выставок, но и вся выставка в целом. Тематика выставок / разделов выставок РФ представлена на рис. 3.

Из рисунка видно, что тематика может быть абсолютно разной. В связи с тематикой формируется определенный список участников. Кроме того, существуют выставки без определенной тематики, в которых каждый может представить свою продукцию и найти партнеров в туристской индустрии.

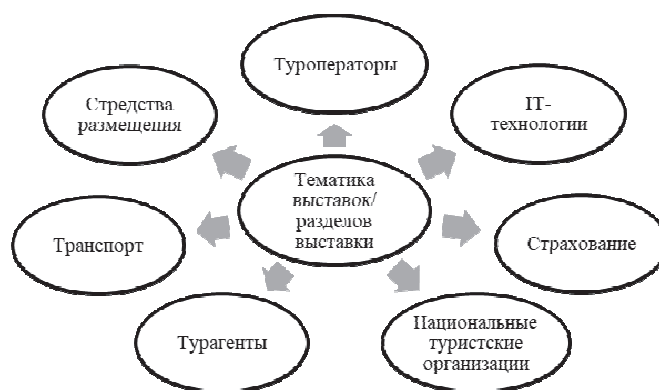


Рис. 3. Тематика выставок РФ и их разделов

Составлено автором.

Международные выставки в сфере туризма в 2023 году в РФ представлены в табл. 1.

Таблица 1

Международные туристские выставки 2023 в РФ

Название выставки	Описание
Luxury Travel Mart, Москва	Luxury Travel Mart – мероприятие категории «бизнес для бизнеса», ориентировано на компании, предлагающие услуги элитного туризма и ставящие своей целью установить новые контакты и укрепить связи с партнерами из стран СНГ – компаниями, работающими с VIP-клиентами.
Leisure, Москва, ЦВК Экспоцентр	Отдых Leisure организуется для ведущих операторов, турагентств, национальных офисов и администраций по туризму, отельеров, страховых компаний и систем бронирования.
Отдых SPA & Health, Москва, ЦВК Экспоцентр	Отдых Medical Tourism, SPA & Health – высокопрофильная площадка для диалога представителей санаторно-курортной отрасли и участников туристического рынка, обмена уникальным опытом между специалистами в сфере медицинского туризма, лечащими врачами и прямыми клиентами.
MICE, Москва, ЦВК Экспоцентр	Отраслевое мероприятие индустрии встреч в России, объединяющее специалистов MICE и event сферы из Москвы и регионов России и прямых корпоративных заказчиков.
МИТТ, Москва, Крокус Экспо	Крупнейшее и единственное b2b мероприятие, на которое съезжается самая масштабная аудитория представителей турбизнеса из российских регионов и со всего мира. МИТТ входит в 5-ку крупнейших туристических выставок мира и по праву признана международным туристическим сообществом.

Составлено автором по [4].

Из таблицы видно, что в 2023 году в РФ планируется большое количество выставок. Каждая из них имеет определенные особенности и специфику участников, благодаря этому в течение года каждая туристская компания в РФ может подобрать подходящую выставку для участия.

Далее представлено соотношение заключенных контрактов по результатам проведения выставок (по оценкам ассоциации туроператоров) (рис. 4).

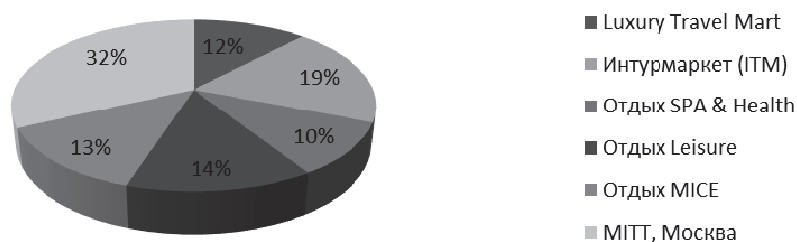


Рис.4. Соотношение заключенных контрактов по результатам проведения выставок, в %

Составлено автором по [5].

Как видно из рисунка, больший процент контрактов было заключено на МИТТ (32%), далее идут Интурмаркет (19%), Leisure (14%), MICE (13%), Luxury Travel Mart (12%) и SPA & Health (10%). Не случайно на выставке МИТТ было заключено большее количество контрактов, ведь именно эта выставка совмещает в себе много тематических разделов и является одной из крупнейших выставок в мире.

Тенденции развития выставочной деятельности представлены на рис. 5.



Рис. 5. Тенденции развития выставочной деятельности в туристской индустрии РФ.

Составлено автором.

У конгрессно-выставочной деятельности в нашей стране есть большой потенциал, который с каждым годом может стать более значительным и в конечном итоге сделать Российскую Федерацию страной, входящей в список стран-лидеров в этой сфере, а что самое главное, который может стать важнейшим элементом для усовершенствования и развития экономики нашей страны. Но всё это будет возможно при наличии поддержки со стороны государства. Отечественные организаторы выставок также принимают активное участие в организации региональных выставок, выставок на уровне всей страны. Представители туристского бизнеса активно посещают мероприятия по всему миру, представляя Россию как центр притяжения и составляя или приобретая новые маршруты.

К сожалению, грандиозные позитивные изменения в выставочной деятельности происходят на фоне ряда проблем, которые решаются медленно и с большим трудом.

Прежде всего, следует отметить несовершенство нормативно-правовой базы, которая неадекватно регулирует данный вид деятельности. Необходимо разработать дополнительные стандарты и соответствующие документы.

Отсутствие координации в деятельности по планированию данных:

- сложности касаются согласования сроков выставки, тем, приоритетных областей, что препятствует международному сотрудничеству;

- слабо выражено национальное представительство и национальный (региональный) компонент.

В стране не ведется статистика организаций, занимающихся выставочной деятельностью, что затрудняет анализ их деятельности и затрудняет оценку рынка и прогноз развития.

На государственном уровне не разработан концептуальный и методический подход органов власти на уровне федерации и регионов к данному виду деятельности, несмотря на его значительную важность для развития экономики страны в целом и отдельных ее территорий [7].

Низкий уровень поддержки отдельных ведомств, обусловленный их скоординированными действиями, по оказанию государственной поддержки выставочной деятельности России.

Уровень материально-технической базы данного вида деятельности не соответствует международным стандартам, и в качестве одного из главных недостатков в этом плане выступает недостаточное количество выставочных площадей в масштабах страны.

Кроме того, негативно на развитие выставочной деятельности влияют и внешние факторы, к которым можно отнести пандемию и СВО.

Пандемия сильно отразилась как на туристской отрасли в целом, так и на выставочной деятельности в частности. Многие туристские компании ушли с рынка. До сих пор во многих странах

действуют постковидные ограничения, которые диктуют правила въезда. В связи с данными ограничениями в 2019 – 2022 годах стал популяризироваться формат онлайн выставок.

Помимо этого, ввиду СВО на Украине российские компании вынуждены отказаться от сотрудничества с рядом стран в том числе и в туристской сфере. В данный момент российские выставочные мероприятия будут посещать представители лишь дружественных стран, в состав МИТТ 2023 входят: Абхазия, Азербайджан, Алжир, Беларусь, Индия, Иран, Кения, Киргизия, Китай, Мадагаскар, Малайзия, Мьянма, Нидерланды, Россия, Словения, Таджикистан, Таиланд, Тунис, Турция, Узбекистан, Шри-Ланка. Всего 21 страна в 2023 году против 16-ти в 2022 году, 28-ми в 2021 году и 66-ти в 2019 году.

Данные факторы ограничивают приезд не только потенциальных иностранных участников, но и иностранных туристов.

Несмотря на длинный список недостатков, выставочная деятельность в России представляет собой объемную работу по организации и совершенствованию внутреннего рынка, действительно в общегосударственном масштабе. Это связано с признанием его политического и стратегического значения в развитии экономики страны.

Таким образом, выставочная деятельность направлена на решение коммуникационных, маркетинговых информационных задач. В России представлен широкий спектр выставок для участников индустрии туризма как с географической точки зрения, так и с позиции разнообразия экспонентов. Развитие выставочной деятельности в РФ имеет определенные перспективы и при решении ряда проблем может выйти на новый уровень и принести значительный вклад в экономику страны.

1. Улановская, О. Н. Маркетинговые аспекты выставочной деятельности // «РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция». – 2018. – № 2 – С. 71–75.

2. Бердышев, С. Н. Организация выставочной деятельности: учеб. пособие. – 2-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2021. – 228 с.

3. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учеб. пособие для вузов / Л.Е. Стровский, Е.Д. Фролова, Д.Л. Стровский [и др.]; под ред. Л.Е. Стровского. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 288 с.

4. Мероприятия в категории Туризм в России 2022-2023. – Текст: электронный. – URL: <https://worldexpo.pro/country/rossiya/sector/turizm> (дата обращения: 28.02.2023)

5. UNWTO World Tourism Barometer. 2021. Vol. 09. – URL: http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_pisa_2021.pdf (дата обращения 28.02.2023 г.)

6. Аселедченко О.М. Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в условиях конкурентной борьбы и увеличении потребностей. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 2 (136). – С. 358–361. – URL: <https://moluch.ru/archive/136/38141/> (дата обращения: 02.03.2023).

7. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления, специальностям «Коммерция» и «Реклама». – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 447 с.

УДК 338.4

АУДИОГИДЫ В РАЗРАБОТКЕ АВТОРСКИХ ТУРОВ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

С.А. Задворная

бакалавр

В.Г. Ден

доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Актуальность обращения к проблеме внедрения аудиогидов в туризме обусловлена необходимостью привлечения «искушенного» современного потребителя и модернизации туристского продукта в целом. Авторы проводят комплексное исследование смежных к «авторскому туризму» терминов («самодетельный туризм», «индивидуальный

туризм)), которые часто принимают за синонимичные, выявляет различия и особенности авторского туризма. На основе теоретического анализа специфики аудиогидов в туристской отрасли исследуются приложения для аудиогидов, используемые на предприятиях туризма, выделяются преимущества, а на основании социологического исследования в форме опроса (анкетирования) жителей Приморского края выявлен уровень осведомленности о возможностях, опыта и заинтересованности в использовании аудиогидов.

Ключевые слова: авторские туры, аудиогид, авторский туризм, туристский продукт, аудиогид-платформы.

AUDIO GUIDES IN THE DEVELOPMENT OF AUTHOR'S TOURS ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI

The relevance of addressing the problem of introducing audio guides in tourism is due to the need to attract a "sophisticated" modern consumer and modernize the tourist product as a whole. The authors conduct a comprehensive study of terms related to "author's tourism" ("amateur tourism", "individual tourism"), which are often taken as synonymous, reveals the differences and features of author's tourism. Based on a theoretical analysis of the specifics of audio guides in the tourism industry, applications for audio guides used in tourism enterprises are studied, advantages are highlighted, and based on a sociological study in the form of a survey (questionnaire) of the residents of Primorsky Krai, the level of awareness of the possibilities, experience and interest in using audio guides is revealed.

Keywords: author's tours, audio guide, author's tourism, tourist product, audio guide platforms.

Введение

Всеобщая цифровизация в сферах человеческой деятельности обуславливает популярность внедрения инновационных продуктов. Аудиогид является достаточно новым форматом в туризме, использующимся для получения помощи в самостоятельном изучении культуры, расширении кругозора, возможности скорректировать темп при прохождении маршрута, без ограничений по времени использования.

Ввиду ограниченного предложения на рынке Приморского края внедрение аудиогидов для самостоятельного изучения местности и достопримечательностей является актуальным. Дополнительной мотивацией исследования является отсутствие единого определения понятия «авторский туризм».

Целью работы является проведение теоретического исследования сущности аудиогидов в развитии туризма.

В ходе работы были выделены следующие задачи:

- уточнить понятие и сущность авторского туризма;
- определить уровень внедрения аудиогидов в отрасль туризма;
- исследовать уровень осведомленности и необходимости использования аудиогидов в туризме на примере Приморского края.

Основная часть. В настоящее время термин «авторский туризм» не закреплен на законодательном уровне, анализ информационных источников показал, что в научном поле чаще употребляется термин «самостоятельный туризм» или «самодетельный туризм» (табл. 1)

Таблица 1

Научные подходы к определению термина «самодетельный туризм»

Автор	Определение
Кусков А.С.	– путешествие с использованием активных видов передвижения, выбор которого стоит за самим путешественником, а процесс протекает под инструктажем руководителя, имеющего большой опыт и знания в данном направлении.
Александрова А.Ю.	– неорганизованные туристы, независимые от посредников, и весь процесс организации тура реализуют самостоятельно, не взаимодействуя с туристскими организациями.

Автор	Определение
Рябова Т.В. Эртман Е.В.	– вид туристской деятельности, при котором туристы готовы действовать индивидуально, согласно своим социальным и культурным интересам и потребностями, свободно выбирать посредников-туристические фирмы, которые помогают в решении разных вопросов относительно поездки и всех входящих в нее элементов.
Симонова И.С.	– путешествие, совершаемое с полным или частичным отказом от услуг туроператоров и турагентов.
Зырянова И.С.	– форма организации путешествия с использованием современных информационных технологий и частичным или полным отказом от профессиональных туристских услуг.

Составлено автором [1].

Так, самостоятельный туризм подразумевает самостоятельную разработку, организацию и реализацию путешествия, с возможностью использования услуг профессионалов туристской отрасли. На наш взгляд, вышеперечисленные определения самостоятельного или самостоятельного туризма не могут в полной мере описывать авторский.

Определение термина «авторский туризм», на наш взгляд, требует изучения понятия «индивидуальный туризм» (табл. 2).

Таблица 2

Подходы к определению термина «индивидуальный туризм»

Автор	Определение
Сербин А.А.	– суммарность полёта впечатлений для ощущения собственной востребованности через профессионализм. Индивидуальный туризм создаёт образцы в реализации свободного времени, познания истины, красоты и богатства
Лаптева Н.В.	– свобода выбора проведения своего досуга исключительно под свои требования
Третьякова Т.Н.	– путешествия в количестве от одного до пяти человек, предусматривает разработку индивидуальных туров по желанию клиента
Рутковская Т.	– путешествия с комфортом, реализующие все самые необычные пожелания клиента
Бабакин А.В.	– независимое путешествие одного или нескольких лиц, связано с обслуживанием, носящим персональный характер, с более высокими ценами

Составлено автором по [2].

Таким образом, на основе вышеперечисленных определений, под индивидуальным туром понимается путешествие, разработанное с учётом личных интересов и пожеланий.

Отличительными чертами авторского тура являются следующие:

- отсутствует возможность самостоятельного выбора дня окончания и начала;
- отсутствие наёмного гида, создатель тура и есть гид;
- организацией может заниматься как крупный туроператор, так и один человек;
- отсутствует возможность переноса тура или повторного прохождения [3].

Следует подчеркнуть, что главным отличием авторского туризма от самостоятельного является участие в формировании и реализации турпродукта опытного человека (самостоятельного путешественника-любителя или профессионала в индустрии туризма), уникальность туристского продукта и его частичная индивидуализация в сравнении с индивидуальными турами.

В отношении развития авторского туризма в Приморском крае можно отметить платформы «ХорошоТАМ», «You travel.me», «Russia Discovery», «GO explore», «Большая страна», «Adventure guide», на которых размещаются авторские продукты от жителей Приморского края [4–9]. Отметим, что некоторые авторы являются аттестованными гидами с профессиональным стажем, однако использование аудиогидов здесь не предусмотрено.

Стремительные изменения в выборе времяпрепровождения под натиском информационных технологий меняют запросы людей в сторону обособления и автоматизации, даже во время путешествий.

Сегодня используются различные переносные устройства для воспроизведения экскурсионного контента: аудиогиды, мультимедийные и иные экскурсионные системы, проекты на «iPod», «MP3» и иные плееры, мобильные телефоны, а также смартфоны и планшеты со специальными мобильными приложениями [10].

Чаще всего аудиогид представляет собой мобильное приложение для самостоятельного знакомства с экспонатами музея или городскими достопримечательностями, с помощью которого можно прослушать аудиоэкскурсию в удобный для пользователя момент [11].

Аудиогидом также называют фонограмму или устройство, «предлагающее связный и законченный рассказ, для индивидуальных экскурсий и туров, пешеходных или на транспорте, а также для помощи людям с ограниченными возможностями здоровья. Как правило, аудиогид состоит из нескольких пронумерованных аудиофрагментов, привязанных к схеме (карте) осматриваемой местности, музея, или к номерам экспонатов» [12].

Преимущества аудиогидов: мультязычность; возможность передвижения в удобном темпе; повторное прослушивание информации; самостоятельное изучение выбранных объектов и местностей; низкая стоимость; возможность отклонения от стандартного маршрута экскурсии; содержание информации о сотнях объектов; выбор последовательности осмотра объектов; неограниченное по времени использование аудиопроигрывателя [13].

Лучшие приложения с аудиогидами для самостоятельных путешествий по версии компании «Sputnik8.com», крупнейшего сервиса бронирования экскурсий, представлены в табл. 3 [14].

Таблица 3

Приложения с аудиогидами

Название	Достоинства	Недостатки
Sputnik8	<ul style="list-style-type: none"> – разнообразие маршрутов; – структурированная информация; – подробное описание каждой экскурсии; – фильтры, для отсортировки экскурсии на своё усмотрение; – приложение регулярно обновляется. 	<ul style="list-style-type: none"> – сложно ориентироваться в массе путеводителей; – есть платный контент.
izi.TRAVEL	<ul style="list-style-type: none"> – много разнообразных тематик; – много бесплатных экскурсий. 	<ul style="list-style-type: none"> – созданы разными авторами, единой концепции построения экскурсий нет; – сложно ориентироваться в большом количестве аудиогидов.
YouTravel.Me	<ul style="list-style-type: none"> – продуманные маршруты; – хорошие аудиогиды, информация подается в хронологическом порядке; – есть информация по каждой из достопримечательностей. 	<ul style="list-style-type: none"> – в ручном режиме нельзя переходить от одной достопримечательности к другой; – достопримечательности, которые не входят в маршрут, не имеют аудиогида. Есть только текст; – нет приложения для iOS.
GetYourGuide	<ul style="list-style-type: none"> – персональные рекомендации, составленные на основании предпочтений пользователя; – много хороших аудиогидов. 	<ul style="list-style-type: none"> – нет единой концепции построения экскурсий.
WeGoTrip	<ul style="list-style-type: none"> – туры можно просматривать в режиме оффлайн; – на странице каждой экскурсии есть информация о маршруте, достопримечательностях и продолжительности. 	<ul style="list-style-type: none"> – не продумана концепция построения экскурсий; – очень много однообразного контента.
Travelgy	<ul style="list-style-type: none"> – к картам есть доступ оффлайн; – автоматический GPS-аудиогид; – удобный поиск. 	<ul style="list-style-type: none"> – часть контента доступна только после оплаты экскурсии; – не структурирована подача материала.

Составлено автором по [14].

В таблице рассмотрены 6 самых популярных приложений с аудиогидами для смартфонов. В качестве достоинств отмечают продуманность и разнообразие маршрутов, наличие обширной информации о достопримечательностях и возможность работы приложения в оффлайн режиме. Общим для всех приложений недостатком является отсутствие концепции построения экскурсий.

Компания «МТС» запустила уникальный социальный проект «Городские легенды» – в 50 городах страны созданы необычные туристские онлайн-маршруты по объектам, с которыми связаны народные байки. В 2020 году появились более 10 аудиогидов в разных городах, в том числе и в городе Владивостоке [15].

Туристские маршруты от МТС в городе Владивостоке:

– «Городские легенды Владивостока»: экскурсия об уличном искусстве, историях, тайнах и легендах города обычных локаций (гостиница «Версаль», «чайна-таун на Миллионке», Тигровая улица), об известных личностях, оставивших свои отпечатки у старейшего кинотеатра «Океан» и истории рождения идеи арт-объекта «7 сопок». Продолжительность экскурсии 1 час 30 мин. Экскурсия бесплатная, наушники необходимо взять свои.

– «Остров Попова: прогулка на краю света»: экскурсия включает прогулку по лесной тропе до самой восточной точки острова, где располагается «логово дракона» и вид на панораму окружающих островов и пролив Старка; спуск в подземелье (часть фортификации острова) и к кургану. Продолжительность экскурсии 1 час 30 мин. Экскурсия бесплатная, наушники необходимо взять свои [16].

Таким образом, в Приморском крае продвижение экскурсий в формате аудиогuida начали свое развитие.

Для определения уровня осведомленности и заинтересованности в использовании аудиогидов в туристской деятельности на территории Приморского края было проведено социологическое исследование.

Территориально респонденты распределились следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Портрет туриста относительно регионов (в %)

Составлено автором.

Согласно рисунку, в анкете учувствовали 89,4% жителей города Владивосток, 2,7% из Уссурийска, 1,8% из Артёма, Дальнереченска, Находки, Партизанска и 0,9% из Арсеньева.

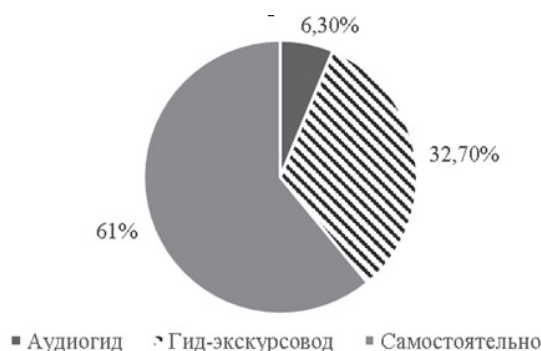


Рис. 2. Услуги, которыми пользуются туристы на экскурсии (в %)

Составлено автором.

На рисунке 2 отражены результаты, касающиеся предпочтительного способа получения информации в рамках экскурсионной деятельности.

Среди участников опроса, большинство (61%) предпочитают самостоятельное изучение достопримечательностей на экскурсионном маршруте, 32,7% респондентов указали, что пользуются услугами экскурсовода; 6,3% – уже пользуются аудиогидами.

По мнению респондентов, музей – является самым подходящим местом для использования аудиогидов (рис. 3).



Рис. 3. Рейтинг мест для использования аудиогидов

Составлено автором.

Согласно обработанным анкетным данным в первую тройку наиболее предпочитаемых мест для использования аудиогидов вошли музеи (60,9%), экскурсии по городу (20%) и образовательные учреждения (15,2%), на последнем месте – рестораны (3,9%).

В отношении осведомленности и опыта использования аудиогидов можно сказать, что почти половина опрошенных знают о существовании такого способа проведения экскурсий (49,6%), однако большинство из них не имеют практического опыта (79,6%) (рис. 4).

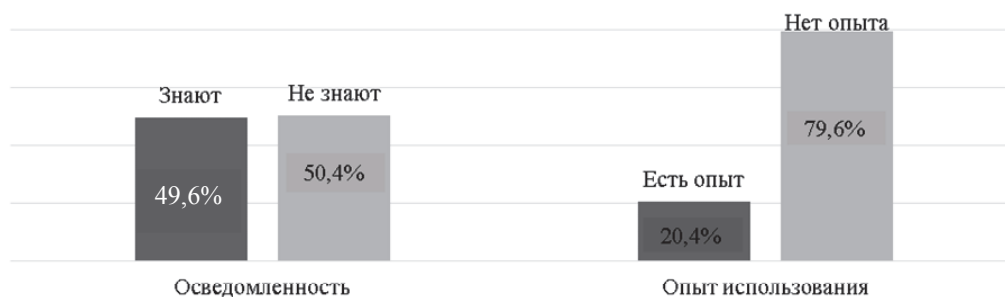


Рис. 4. Осведомленность и опыт использования аудиогидов

Составлено автором.

Большинство участников ответили, что, не встречали аудиогид в своём городе (50,4%) и не имели опыта использования аудиогидов (79,6%).

Можно сделать вывод, что для всех опрошенных предпочтительно самостоятельное изучение экскурсионных маршрутов и достопримечательностей, в том числе с использованием аудиогидов, в основном во время музейных и городских экскурсий. Большинство не имеют практического опыта использования аудиогидов, однако заинтересованы в этом.

Что касается авторского туризма, то количество туров с каждым днем увеличивается, а значит конкуренция на рынке рассматриваемого турпродукта растет. Тем не менее, необходимо отметить, что зачастую предложение авторского тура исходит не от аттестованных профессиональных гидов и экскурсоводов, или туристских фирм, а от любителей и местных жителей.

Заключение

Современный подход, используемый при организации авторских туров, учитывает сложившиеся тренды на туристском рынке, такие как смена поколений, уникальности и персонализация путешествий, уход от пляжного отдыха к более активному, отказ от массовых направлений, переориентация туристов на внутренний туристский рынок.

Кроме того, авторские туры следует рассматривать как уникальный туристский продукт, отличающийся по своей сущности от классических предложений туроператоров и поэтому требующий необходимости введения его в юридическое поле и создания тревел-комьюнити, которое кардинально изменит российский туристический рынок.

Таким образом, в исследовании рассмотрено определение термина «авторский туризм», особенности его организации; преимущества и недостатки платформ для работы и путешествий в формате «аудиогид»; проведено исследование среди респондентов для определения уровня осведомлённости в аспекте использования аудиогидов в туризме.

1. Агамирова Е.В. Особенности и перспективы развития программ индивидуальных туров: – Текст: электронный / Cyberlenibka: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-perspektivy-razvitiya-programm-individualnyh-turov> (дата обращения: 23.10.2022).
2. Чернодымова Д.А. Проект программы авторского тура 2021 года. – Текст: электронный / Elib: [сайт]. – URL: https://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/143670/vkr_chernodymova.pdf?sequence=1 (дата обращения: 23.10.2022).
3. Авторский тур. Как составить, кому предложить: [сайт]. – URL: <https://thinktraveltech.com/news/razbor/avtorskie-tury> (дата обращения: 25.10.2022).
4. Авторские многодневные туры из Владивостока: [сайт]. – URL: <https://horoshotam.ru/rossiya/vladivostok/ekskursii/tury> (дата обращения: 13.11.2022).
5. Туры в Приморье, You Travel.me: [сайт]. – URL: https://youtravel.me/tours/region/dalniy_vostok (дата обращения 13.11.2022).
6. Путешествие по Приморью, Russia Discovery: [сайт]. – URL: <https://www.russiadiscovery.ru/tours/primorye-po-marshrutu-vladimira-arsenjeva/> (дата обращения 13.11.2022).
7. Туры по Приморью, Go Explore: [сайт]. – URL: <https://goexplore.ru/trips> (дата обращения: 13.11.2022).
8. Авторские туры во Владивосток, Большая страна: [сайт]. – URL: <https://bolshayastrana.com/avtorskie-tury/vo-vladivostok> (дата обращения: 13.11.2022).
9. Туры в Приморье, Adventure guide: [сайт]. – URL: <https://adventure-guide.ru/regions/primore/> (дата обращения: 13.11.2022).
10. Экспо мир: [сайт]. – URL: <https://www.expomir.ru/cms/pages/view/S1-Introduction> (дата обращения: 02.11.2022).
11. Аудиогид – современный проводник в мир искусства: [сайт]. – URL: <https://vinchi-interactive.ru/blog/audiogid-%E2%80%93-sovremennyyj-provodnik-v-mir-iskusstva.html> (дата обращения 02.11.2022).
12. Аудиогид – Текст: электронный // Википедия: [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%83%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B4> (дата обращения: 05.11.2022).
13. Основные преимущества аудиогидов: [сайт]. – URL: <https://vinchi-interactive.ru/blog/audiogid-%E2%80%93-sovremennyyj-provodnik-v-mir-iskusstva.html> (дата обращения: 12.11.2022).
14. Лучшие приложения с аудиогидами: [сайт]. – URL: <https://www.sputnik8.com/ru/moscow/pages/luchshie-prilozheniya-s-audiogidami> (дата обращения: 07.11.2022).
15. «Городские легенды»: [сайт]. – URL: <https://primorye.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-regione/2020-08-28/mts-zapustila-vo-vladivostoke-audiogid-gorodskie-legendy-na-dvuh-yazykah> (дата обращения: 25.11.2022).
16. Владивосток: экскурсии по городу, izi. Travel: [сайт]. – URL: <https://izi.travel/ru/rossiya/putevoditeli-po-vladivostok> (дата обращения: 27.11.2022).

УДК 008

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВОЙ РУССКОЙ КУХНИ В ПРОДВИЖЕНИИ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

М.Р. Кестер
бакалавр
В.Г. Ден
доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Статья посвящена исследованию возможности использования новой русской кухни в рамках продвижения города Владивостока. Определено, что «новая русская кухня», используя продукцию сельхозпредприятий, розничных рынков, хозяйств и ферм, может стать способом продвижения территории. В статье представлен анализ рынка общест-

венного питания Приморского края и города Владивостока; предложены предприятия, которые потенциально могли бы выступить в качестве демонстрации и подкрепления уровня развития направления русской кухни.

Ключевые слова: новая русская кухня, русская кухня, национальная кухня, продвижение города, предприятия общественного питания.

THE POSSIBILITIES OF USING THE NEW RUSSIAN CUISINE IN THE PROMOTION OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

The article is devoted to the study of the use of Russian cuisine in the framework of the ex-pansion of the city of Vladivostok. It is determined that the "new Russian cuisine", using the products of agricultural enterprises, retail markets, agriculture and farms, can become a way to promote the territory. The article presents an analysis of the public catering market in Primorsky Krai and the city of Vladivostok; enterprises that could potentially become worthy and reinforce the level of development of Russian cuisine.

Keywords: new Russian cuisine, Russian cuisine, national cuisine, promotion of the city, catering enterprises.

Введение. Особенностью любого города является национальная культура, проявляющаяся в том числе за счет традиционных кухонь и гастрономической специфики. Понятие «русская кухня» характеризует традиционную кухню народа с национальными традициями, обусловленную природно-климатическими особенностями, сформированную за счет использования характерных техник и технологий приготовления, исторических взаимодействий и влияния национальных кухонь союзных республик. Традиционные русские рецепты основаны на использовании круп, ягод, овощей, муки, рыбы, продуктов, всегда присутствующих в изобилии в жизни простых людей [1].

Новая русская кухня – направление, созданное российским шеф-поваром Константином Ивлевым, продолжает свое развитие, основываясь на использовании отечественных продуктов, использовании современных технологий и новой подаче блюд [2].

На рынке города Владивостока представлены национальные кухни многих регионов мира. Учитывая особенности новой русской кухни, связанные с использованием местной сырьевой базы и регионального потенциала, город Владивосток может претендовать на звание гастрономического центра, продвигающего новую русскую кухню.

Актуальность исследования обусловлена тем, что новая русская кухня в совокупности с дальневосточной ресурсной базой может популяризировать территорию, оказывая информационное и эмоционально-психологическое воздействие на туристов, формируя тем самым положительный образ города. Более того, новая русская кухня с точки зрения культурного наследия страны может стать источником образования инновационных туристских маршрутов.

Цель исследования – на основании анализа города Владивостока в аспекте развития новой русской кухни выявить возможность использования ее в продвижении территории.

Достижение цели потребовало выделения ряда *задач*:

- проанализировать рынок общественного питания в Приморском крае;
- изучить предприятия общественного питания в аспекте предоставления блюд новой русской кухни;
- исследовать ресурсную базу новой русской кухни на территории города Владивостока.

Основная часть. По данным «Приморскстата» численность предприятий общественного питания в 2022 году в Приморском крае составляет порядка 1344 единиц (рис. 1) [3].

Согласно данным рисунка, в Приморье наблюдается уменьшение количества предприятий общественного питания. В 2018 году число ПОП составляло – 1534 ед., в 2019 – 1496 ед., в 2020 – 1452 ед., в 2021 – 1417 ед., на момент 2022 года официальное количество предприятий – 1344 ед.

Из общего числа предприятий питания более 800 объектов располагаются в городе Владивостоке. В результате мониторинга сервиса «2GIS» выявлено, что самыми распространенными форматами являются кафе – 37%, следующие по количеству рестораны – 21%. Наименьшее количество представлено закусочными – 4%.

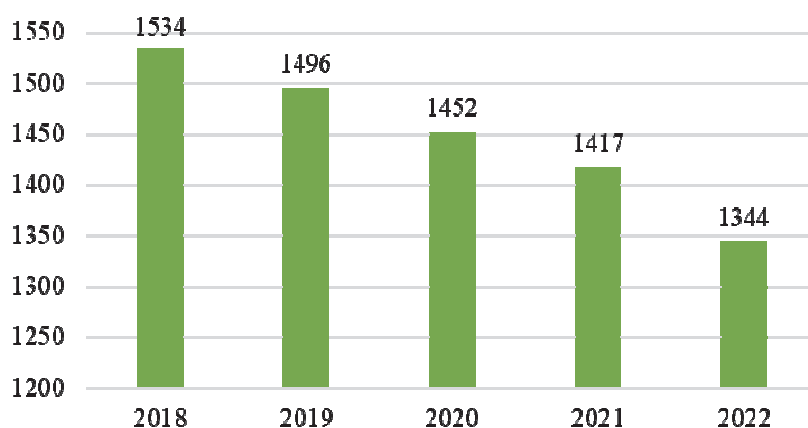


Рис. 1. Количество предприятий общественного питания в Приморском крае (2018-2022)

Составлено автором по [3].

Всего на рынке ресторанных услуг города Владивостока представлены кухни 24 национальностей, наибольшее распространение имеют кавказская, европейская, азиатская, русская и паназиатская виды кухонь. Единичными предприятиями представлены такие кухни, как мексиканская, индийская, ирландская, чешская, вьетнамская [4].

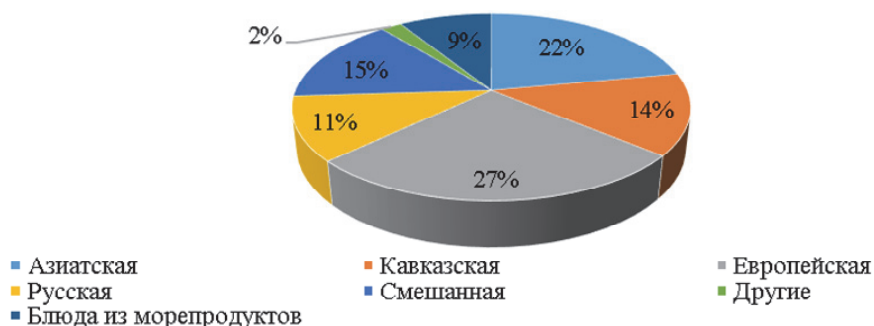


Рис. 3. Кулинарная специализация предприятий питания

Составлено автором по [4].

Согласно данным рисунка, на территории Владивостока распространены предприятия с азиатской кухней – 22 %, европейская кухня занимает второе место в рейтинге – 21 %, затем смешанная – 15 %, кавказская (14%) и русская (11 %).

На территории Приморского края предприятия общественного питания с концепцией русской кухни в основном представлены в виде кафе (90,1%). Рестораны русской кухни сосредоточены в столице Приморья – городе Владивостоке [4].

В результате проведенного анализа можно выделить следующие предприятия, где подают авторские блюда русской кухни, современную подачу (табл. 1).

Таблица 1

Рестораны русской кухни в городе Владивостоке

Название	Блюда из меню	Особенности
«Русский»	«Говяжий язык на подушке из соуса из белых грибов» «Щуцы котлеты с картофельным gratenom» «Утка с яблоками и морошкой»	Современный дизайн с национальными русскими мотивами; камин в стиле русской печи Наличие детской комнаты
«Охотный двор»	«Закуска Егеря» «Сальце деревенское» «Уха по-боярски»	Стиль настоящего охотничьего подворья Внутреннее оформление ресторана украшено чучелами животных

Название	Блюда из меню	Особенности
«Ogoněk»	«Уха по-приморски» «Тихоокеанская сельдь с гренками» «Свинные ребрышки в медовой глазури»	Меню на английском Живая музыка Доставка еды
«Синдикат – Порт кафе»	«Оливье с мясом камчатского краба» «Закуска из папоротника орляка» «Картофель с жареными грибами»	Проектор Устричный бар Доставка еды
«Ностальгия»	«Остров русский» «Оливье с телячьим языком»	Летняя веранда Доставка еды
«Высота»	«Бастурма из оленины» «Щучьи котлеты с красной икрой» «Глазированная свиная грудка с тушеной капустой»	Панорамный вид на город Детское меню Меню на английском Живая музыка

Составлено автором.

Представленные в таблице рестораны содержат в своих меню блюда, главными ингредиентами которых являются отечественные продукты, в том числе местных фермеров. Необходимо также отметить использование новых технологий при приготовлении и современную подачу блюд, что лежит в основе манифеста новой русской кухни.

Помимо предприятий общественного питания элементами для продвижения города Владивостока в аспекте развития новой русской кухни являются сельскохозяйственные предприятия, ярмарки и рынки с продуктами от местных производств и фермерств.

Выращиванием, откармливанием скота и производством различных товаров занимаются сельхозпредприятия Приморского края. Продукция этих организаций попадает как на прилавки магазинов и рынков, так и на склады предприятий общественного питания (табл. 2) [5].

Таблица 2

Основные сельхозпредприятия Приморского края

Наименование	Адрес	Вид деятельности	Продукция
Приморская овощная опытная станция ВНИИО	г. Артем, с. Суражевка, ул. Кубанская, 57/1	Овощеводство, картофелеводство, свиноводство	Овощи, картофель, свинина
ООО «Армада»	г. Уссурийск, ул. Чичерина, 141 А	Растениеводство, животноводство (мясное, молочное), масло-жиро комбинат	Говядина, свинина, поросята, молоко, комбикорм, экстракт соевого масла, соя, кукуруза, пшеница, ячмень, подсолнечник
ООО «Агро-Дэсун Ханка»	Ханкайский р-н, с. Мельгуновка, ул. Ленинская, 11	Животноводство мясное, животноводство молочное, выращивание зернобобовых культур	Мясо крупного рогатого скота, крупный рогатый скот, молоко, свинина, пшеница, ячмень, овес, соя, рис
ООО «Алексее-Никольское»	Уссурийский р-н, с. Алексей-Никольское ул. Горького, 13	Зерноводство, выращивание технических культур, картофелеводство, овощеводство	Пшеница, ячмень, овес, соя, картофель, овощи
ОАО «Заречное»	Октябрьский р-н, с. Заречное, ул. Центральная, 1	Животноводство молочное	Молоко
ЗАО «Курское»	Лесозаводский р-н, с. Курское, ул. Ярославская, 45	Выращивание зернобобовых культур	Кукуруза, соя
ЗАО «Михайловский Бройлер»	г. Артем, ул. Охотничья, 55	Птицеводство мясное	Мясо птицы, яйца, цыплята

Составлено автором по [5]

Согласно данным таблицы, основными видами деятельности отечественных сельхозпроизводителей Приморского края является растениеводство, овощеводство, животноводство, зерноводство, выращивание и птицеводство. Основными типами продукции являются – мясо, крупы, молоко и картофель.

Традиционными источниками получения отечественной продукции, как для местных жителей, так и для предприятий общественного питания в Приморском крае являются рынки и ярмарки.

Розничные рынки ОАО «Сельхозрынок», ООО «Владторгсервис», ООО «Самоцвет», официально организованные на территории Владивостока, предоставляющие различные виды продуктов (мясо, рыба, птица, молочные продукты, овощи, грибы, крупы). Ценовая политика внутри рынка ориентирована на равновесие интересов производителя и потребителя.

Ярмарки, организованные администрацией Владивостокского городского округа, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями представлены в табл. 3 [6].

Таблица 3

Ярмарки на территории Владивостокского городского округа

Организатор	Телефон	Адрес	Тип ярмарки
Администрация города Владивостока	8 (423) 2614 160 8 (423) 2614 493	г. Владивосток, ул. Жигура, 2Б	сельскохозяйственная (продовольственная)
Администрация города Владивостока	8 (423) 2614 160 8 (423) 2614 493	г. Владивосток, ул. Верхне-портовая, 2г	сельскохозяйственная (продовольственная)
Администрация города Владивостока	8 (423) 2614 160 8 (423) 2614 493	г. Владивосток, ул. Басаргина, 15	сельскохозяйственная (продовольственная)
ООО «Хуторок»	8-984-197-71-88	г. Владивосток, ул. Маковского, 15	Продовольственная
ООО «И Джи Эс»	8(423)225-97-80	г. Владивосток, ул. Невельского, 19	Универсальная
ООО «Самоцвет»	8(423)245-03-13	Приморский край, г. Владивосток, проспект 100-летия Владивостока, д.103	Сельскохозяйственная (продовольственная)
ООО «Примарендторг»	8-964-432-22-00	Владивосток, ул. Борисенко, 8	Сельскохозяйственная (продовольственная),
ООО «ФБК Логистика»:	8(924) 235-31-02	Владивосток, ул. Ильичева, 15	Сельскохозяйственная (продовольственная)

Составлено автором по [6].

Ярмарки являются частью культуры русского народа и с давних времен являются источником оптовой продажи товаров и розничной торговли, где представлена продукция местных индивидуальных предпринимателей и фермерских хозяйств.

На наш взгляд, дополнительно в рамках новой русской кухни можно также рассматривать местные сыроварни, пекарни, винодельческие хозяйства и фермы. В Приморском крае наиболее востребованными являются: сыроварня «Solo» (Уссурийск); Майхинское винодельческое хозяйство; пекарня «Хлеб-отец». Все объекты предлагают экскурсионные услуги по своим производствам, мастер-классы, дегустации и покупку продуктов на месте.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий

Таким образом, развитие новой русской кухни в гастрономической культуре города Владивостока, может обеспечить совершенствование туристской инфраструктуры, увеличение количества рабочих мест, привлечение местного населения в сферу услуг и ресторанный бизнес, положительно влияющих на жизненный уровень местного населения.

В качестве перспектив для дальнейшего развития необходимо, на наш взгляд, разработать и реализовать ряд событийных мероприятий, связанных с дегустацией и информированием жителей и потенциальных потребителей о русской кухне как инструменте продвижения тер-

ритории; сформировать маркетинговый план и обеспечить размещение подробной информации о концепции русской кухни на различных интернет-ресурсах; спроектировать гастрономический туристский путеводитель новой русской кухни в электронном или печатном виде и распространить с помощью местных СМИ и Туристско-информационного центра Приморского края.

«Новая русская кухня» является развивающимся направлением в мире гастрономии, что дает городу возможность экспериментировать и продвигать территорию.

1. Ден В.Г. Русская гастрономическая культура в развитии региональных брендов // Общество: философия, история, культура. – 2021. – №. 7. – С. 86–92

2. Краткая история новой русской кухни. – Текст: электронный. – URL: <https://eda.ru/journal/27--povaya-russkaya-kuhnya>, свободный (дата обращения: 14.03.2023).

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. – Текст: электронный. – URL: <https://primstat.gks.ru/folder/28590>, свободный (дата обращения: 14.03.2023).

4. Справочник с картой города 2ГИС. – Текст: электронный. – URL: <https://2gis.ru>, свободный (дата обращения: 14.03.2023).

5. Сельхозпредприятия Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <https://www.agrobase.ru/selxozpredpriyatiya/rossiya/dvfo/primorskij-kraj>, свободный (дата обращения: 14.03.2023).

6. Официальный сайт Администрации Владивостока. – Текст: электронный. – URL: <https://vlc.ru/economy/tradeandservices/fairsandmarkets>, свободный (дата обращения: 14.03.2023).

УДК 338.48

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ ВЛАДИВОСТОКСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

М.А. Куликова

бакалавр

А.В. Перфильев

канд. хим. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В последние годы наблюдается рост потока туристов во Владивосток. Улучшается туристская инфраструктура, гости города ближе знакомятся с историей, культурой, событиями, но как научный и образовательный центр Владивосток малоизвестен туристам. Приобрела актуальность разработка маршрутов, рассказывающих об успехах науки и образования. Научно-популярный туризм может стать новым трендом развития Владивостокской туристской дестинации.

Ключевые слова: туризм, Владивостокская туристская дестинация, научно-популярный туризм, Владивосток.

POPULAR SCIENCE TOURISM AS A NEW TREND IN THE DEVELOPMENT OF THE VLADIVOSTOK TOURIST DESTINATION

In recent years, there has been an increase in the flow of tourists to Vladivostok. The tourist infrastructure is improving, the guests of the city get to know the history, culture, and events more closely, but Vladivostok is little known to tourists as a scientific and educational center. The development of routes telling about the successes of science and education has become relevant. Popular science tourism can become a new trend in the development of the Vladivostok tourist destination.

Keywords: tourism, Vladivostok tourist destination, popular science tourism, Vladivostok.

Туризм для Владивостока – это не только сектор экономики, обеспечивающий немалые поступления в бюджет города. В самом названии города заложено его геополитическое пред-

назначение – владеть Востоком, быть форпостом России, представлять страну на Тихом океане. За первые сто с небольшим лет с даты образования, город развивался как военный порт, знаменитая на весь мир крепость, город воинской славы. С 1992 года, когда Владивосток перестал быть закрытым городом, число туристов, как российских, так и зарубежных, желающих своими глазами увидеть город, непрерывно растет. Владивостоку есть что показать своим гостям кроме объектов военной истории.

Цель работы: повышение доступности информации о достижениях науки на Дальнем Востоке.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи: анализ нормативных документов, регламентирующих развитие научно-популярного туризма в Российской Федерации, разработка проекта обзорной экскурсии по институтам ДВО РАН, расположенным в Академгородке (г. Владивосток).

Актуальность работы: по данным опросов гости города предпочитают культурно-познавательный вид туризма, в то время как научно-популярные экскурсии отсутствуют среди предложений турфирм.

Научная новизна заключается в разработке проекта обзорной научно-популярной экскурсии по институтам ДВО РАН, расположенным в Академгородке (г. Владивосток).

На протяжении последних десяти лет во Владивостоке растет число интересных деловых, культурных и спортивных, внутрисоссийских и международных мероприятий, таких как Восточный экономический форум, фестиваль «Мариинский», Международные спортивные игры «Дети Азии», кинофестиваль «Меридианы Тихого», Тихоокеанский туристский форум, привлекающих российских и зарубежных гостей. В пригороде Владивостока создана игровая зона «Приморье» – самая крупная из четырех официально зарегистрированных в России. Здесь уже функционируют пятизвездочный отель Tigre de Cristal, казино, бары и рестораны, а до 2025 года еще будут построены: многофункциональный торгово-выставочный комплекс, яхт-клуб, горнолыжный центр, гольф-клуб, объекты рекреационно-туристской инфраструктуры. Общая стоимость проекта достигнет 35 млрд рублей. Местные власти активно содействуют продвижению туристического бренда города Владивостока.

Владивосток интересен для посещения с целью туризма и гражданам России, и гостям из зарубежья, он привлекает своим географическим положением, памятниками культуры и истории, располагает достопримечательностями, которые могут быть востребованы разными целевыми аудиториями. Для жителей соседних стран Владивосток – это еще и столица важного российского региона, и ближайший к ним крупный европейский город, и, конечно, интересная туристская дестинация.

Термин «туристская дестинация» (далее – ТД) сравнительно недавно используется в России, его определения, закрепленного нормативными документами пока что нет. Первоначально термин обозначал «место назначения», но в настоящее время чаще указывают, что ТД – это территория, которая привлекает туристов, удовлетворяет их потребности и характеризуется следующими признаками. На ней должны присутствовать: развитая транспортная система, средства информации, коммуникации, размещения, предприятия сферы услуг, питания, развлечения, розничная торговля, природные, а также созданные человеком достопримечательности, культурные ценности и все, что может сделать пребывание туриста в ТД более комфортным.

Рассматривая Владивосток как туристскую дестинацию, можно отметить ее высокие конкурентные преимущества в сравнении с другими участниками российского туристического рынка. Вместе с тем следует отметить, что такой значительный ресурс как инфраструктура научных и образовательных учреждений Владивостокской ТД практически не используется в интересах туристской отрасли. Отчасти это было обусловлено позицией Минобрнауки, регламентирующей деятельность подотчетных министерству научных и образовательных учреждений. При этом по данным работы [1] при выборе типа туризма 45,7% опрошенных гостей города предпочитают культурно-познавательный вид туризма; наибольшей популярностью у туристов пользуются познавательные экскурсии – 55,2%. Таким образом, опрос подтверждает наличие у туристов неудовлетворенного спроса на научно-популярные экскурсии.

С начала 1970-х, в связи с образованием Дальневосточного научного центра АН СССР (ныне Дальневосточное отделение РАН [2]), Владивосток стал научной и образовательной столицей Дальнего Востока, известной в профессиональных кругах далеко за пределами Рос-

сийской Федерации. Вместе с тем, подавляющее большинство туристов, как, впрочем, и жителей города не информированы ни о великих ученых, ни об открытиях, связанных с Владивостоком. До самого последнего времени наука и туризм имели только единичные точки соприкосновения, но сегодня создаются условия для их широкого и тесного сотрудничества.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 25 июля 2022 г. № 2036-р был утвержден план проведения в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий [3]. В рамках задачи 3 плана определена инициатива №14 Научно-популярный туризм (далее – НПТ), направленная на повышение доступности информации о достижениях и перспективах российской науки, а также на вовлечение молодежи в сферу исследований и разработок [4]. В результате реализации инициативы будут разработаны научно-популярные маршруты, связанные с исследовательскими объектами, позволяющие широкой аудитории познакомиться с интересными научными объектами и работой ученых, а также сформировано представление о НПТ как привлекательном и доступном виде отдыха для населения.

Определение НПТ дано в Концепции развития научно-популярного туризма Российской Федерации на период до 2035 года [5], разработанной во исполнение плана мероприятий по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, утвержденного Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации Д.Н. Чернышенко от 19 декабря 2022 г. № 15406п-П8, в целях привлечения талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, а также повышения доступности информации о достижениях и перспективах российской науки [6]. Согласно Концепции, научно-популярный туризм – это временные выезды, а также путешествия граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, осуществляющиеся по утвержденным маршрутам с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, с соблюдением требований безопасности и режима охраны указанных объектов, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий.

В качестве объектов НПТ могут выступать научно-исследовательские институты, образовательные организации высшего образования, научно-производственные учреждения и производства, геологические и биологические экспедиции, археологические, палеонтологические раскопки и прочие места проведения полевых научных исследований, музеи, наукограды и иные объекты, на которых можно осуществлять научно-исследовательскую, просветительскую, образовательную, высокотехнологичную производственную деятельность, при условии включения их в маршруты НПТ.

В настоящей работе представлен проект однодневной, пешеходной, обзорной экскурсии по территории Академгородка города Владивостока, предполагающей встречи с учеными, ознакомление с научной инфраструктурой академических институтов. Экскурсанты посетят научные лаборатории, познакомятся с экспозициями научных музеев, с перспективными с точки зрения использования в экономике прикладными научно-техническими разработками. В таблице 1 представлена тематика и краткое содержание встреч экскурсионных групп с учеными в учреждениях ДВО РАН, расположенных на территории от остановки автотранспорта Академическая до станции электропоездов Чайка.

Таблица 1

Тематика встреч с учеными во время обзорной экскурсии по институтам ДВО РАН

Название учреждения ДВО РАН	Тематика и краткое содержание встреч с учеными в институтах ДВО РАН
Тихоокеанский институт биоорганической химии (ТИБОХ) ДВО РАН	Лекарства из моря. В лабораториях ТИБОХ ДВО РАН ведутся работы по созданию новых экономичных технологий получения биологически активных веществ и продуктов на их основе из отходов переработки марикультуры, морского и растительного сырья. Созданы уникальные и уже апробированные на практике препараты для медицины, ветеринарии, сельского хозяйства, кожевенной промышленности, а также новые лечебно-профилактические безалкогольные напитки и пищевые добавки.

Название учреждения ДВО РАН	Тематика и краткое содержание встреч с учеными в институтах ДВО РАН
Дальневосточный геологический институт (ДВГИ) ДВО РАН	Тайны минералогии. В ДВГИ ДВО РАН тайны Земли приоткроет первый на Дальнем Востоке научный геолого-минералогический музей. Наука о камнях – минералогия – не только описывает и определяет камни Земли. Опираясь на физические и химические методы, она рассказывает о том, из чего они состоят, как образуются, какова их структура, во что минералы могут превращаться, как их поставить на службу человеку.
Тихоокеанский институт географии (ТИГ) ДВО РАН	Спутники на службе у географов. Учеными ТИГ ДВО РАН с применением современных ГИС-технологий и материалов дистанционного зондирования создан ряд крупных картографических продуктов, среди которых: атласы, серии карт. Представлены результаты экспертного и автоматического дешифрирования спутниковых данных, показаны примеры картографического мониторинга растительности прибрежных акваторий, разнообразия подводных ландшафтов.
Институт автоматизации и процессов управления (ИАПУ) ДВО РАН	Гиперболоид Института автоматизации. Лазерные технологии сегодня занимают верхние позиции рейтинга сверхидей. Ученые и инженеры Центра лазерных технологий ИАПУ ДВО РАН добились значительных успехов в области экологически чистых технологий обработки металлов с помощью самых современных волоконных оптических квантовых генераторов. Центр, базирующийся на принципиально новой технологической платформе лазеров, одновременно выполняет задачи как производственного характера, так и связанные с научной деятельностью института.
Институт проблем морских технологий (ИПМТ) ДВО РАН	Как сделать подводного робота? ИПМТ ДВО РАН – ведущая организация в России в области подводной робототехники. Здесь создаются подводные роботы различного назначения. Роботы занимаются обследованием водной среды и рельефа дна, морских инфраструктур, физических полей океана, опознают и уничтожают мины, имитируют подводные цели, занимаются подледными исследованиями, решают исследовательские задачи по изучению Мирового океана.
Национальный научный центр морской биологии (ННЦМБ) ДВО РАН	Кто прячется в море? Музей ННЦМБ ДВО РАН сохраняет богатейшую коллекцию морских организмов, собранную учеными за полвека исследовательской работы в разных морях Мирового океана. Экспозиция музея знакомит посетителей с взаимоотношениями человека и моря с древности до наших дней, с историей морской биологии и современными методами изучения обитателей океана от тропиков до полярных морей. Экскурсанты посмотрят образцы микроводорослей в Дальневосточном центре электронной микроскопии, прослушают лекцию-презентацию о современных направлениях генетических исследований «Наследственность и изменчивость организма», а по окончании лекции сотрудник лаборатории генетики проведет мини-практикум по выделению ДНК.

Таким образом, в работе приведены признаки туристской дестинации, проанализированы нормативные документы, регламентирующие развитие научно-популярного туризма в Российской Федерации, разработан проект научно-популярной экскурсии по Академгородку г. Владивостока. Маршрут позволит туристам познакомиться с фундаментальными исследованиями и прикладными разработками институтов ДВО РАН. Научно-популярный туризм может стать одним из новых трендов развития Владивостокской туристской дестинации.

1. Отдельные вопросы стратегического развития Владивостока как туристской дестинации: Московский экономический журнал / С.В. Булганина, Т.Е. Лебедева, А.С. Сочнева, М.Е. Казаков. – №2 – 2020 – С. 535–545.

2. Дальневосточное отделение Российской академии наук. – Текст: Электронный // «Википедия»: [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Дальневосточное_отделение_Российской_академии_наук.

3. Концепция развития научно-популярного туризма Российской Федерации на период до 2035 года. – Текст: Электронный // «Министерство науки и высшего образования Российской Федерации»: [сайт]. – URL: https://minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT_ID=63453.

4. Научно-популярный туризм. – Текст: электронный // «Наука-рф»: [сайт]. – URL: https://наука.рф/upload/documents/14_Научно_популярный_туризм_Паспорт.pdf.

5. План мероприятий («Дорожная карта») по развитию научно-популярного туризма в Российской Федерации, разработанный в целях привлечения талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, а также повышения доступности информации о достижениях и перспективах российской науки. – Текст: Электронный // «Sciencei. Net»: [сайт]. – URL: [dhttps://scienceid.net/upload/-tourism_document/ed/2/1d979ba1_2.pdf](https://scienceid.net/upload/-tourism_document/ed/2/1d979ba1_2.pdf).

6. Распоряжение Правительства РФ от 25.07.2022 N 2036-р «Об утверждении плана проведения в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий». – Текст: Электронный // «КонсультантПлюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_423109/f62ee45-faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/.

УДК 379.85

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ АВТОТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ю.В. Макарова

бакалавр

А.Ю. Кононов

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Сфера туризма остается важным двигателем экономического развития Российской Федерации. При этом в текущих условиях рынок туризма претерпевает определенные структурные перемены. Автомобильный туризм, ввиду ряда объективных факторов, выходит в фокус на нормативно-правовом и практическом уровне. И если ранее мы могли констатировать тот факт, что автомобильный туризм стал рассматриваться в качестве одного из приоритетных направлений в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года», то сейчас на федеральном уровне поднимается вопрос о необходимости разработки отдельной концепции автотуризма.

Ключевые слова: туризм, автотуризм, автомобильный туризм, внутренний туризм, эконометрический анализ, Приморский край, Российская Федерация, придорожный сервис

ECONOMETRIC APPROACHES TO EVALUATING CAR TOURISM IN MODERN CONDITIONS

The tourism sector remains an important engine for the economic development of the Russian Federation. At the same time, in the current conditions, the tourism market is undergoing certain structural changes. Car tourism, due to a number of objective factors, comes into focus at the regulatory and practical level. And if earlier we could state the fact that car tourism began to be considered as one of the priority areas in the "Strategy for the development of tourism in the Russian Federation in the period up to 2035", now at the federal level the question is being raised about the need to develop a separate concept of car tourism.

Keywords: tourism, car tourism, autotourism, domestic tourism, econometric analysis, Primorsky Krai, Russian Federation, roadside service.

Автомобильный туризм является перспективной отраслью. Он непрерывно развивается и распространён практически по всему миру.

Автомобиль обеспечивает свободу и быстроту передвижения, расширяет возможности для активного знакомства с краем, позволяет сделать путешествие более содержательным, насыщенным разнообразными впечатлениями.

Единственное условие такого путешествия – это средство передвижения, которое должно являться автомобилем, собственным или же арендованным.

Стремление познать свою и другую страну, узнать новое об их истории, культуре, достопримечательностях, архитектурных памятниках, обменяться впечатлениями с товарищами – все это отличает туриста от автолюбителя.

В целом целевую аудиторию автомобильного туризма можно представить следующим образом (рис. 1).

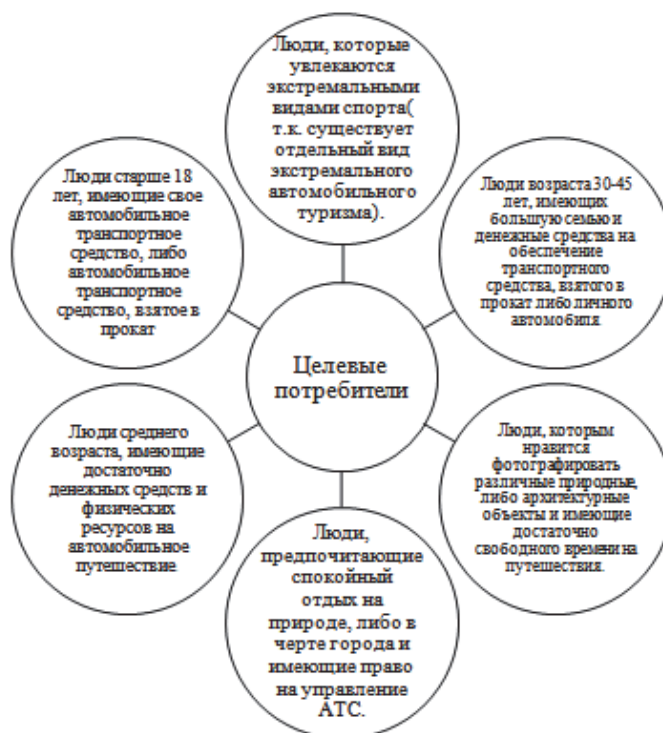


Рис. 1. Целевая аудитория

При этом можно выделить 5 основных видов автомобильного туризма (рис. 2).

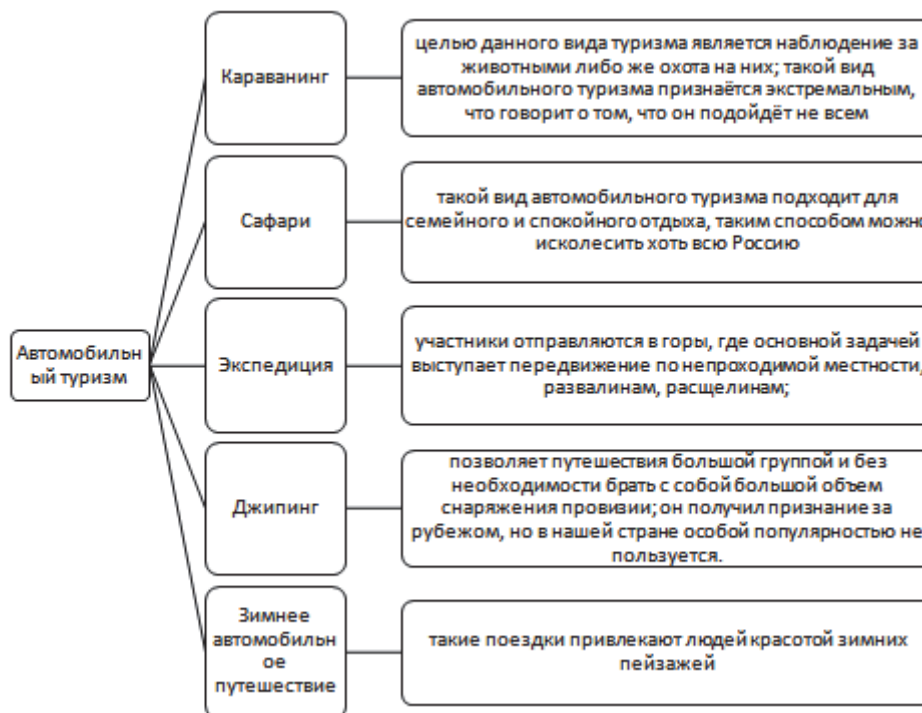


Рис. 2. Виды автомобильного туризма

Необходимым условием развития автомобильного туризма является наличие соответствующей инфраструктуры. Транспортная инфраструктура-разновидность инфраструктуры, совокупность всех отраслей и предприятий транспорта, как выполняющих перевозки, так и обеспечивающих их выполнение и обслуживание. Иными словами это организация большого масштаба, которая осуществляет различные перевозки.

Дорожная инфраструктура представлена на рис. 3.

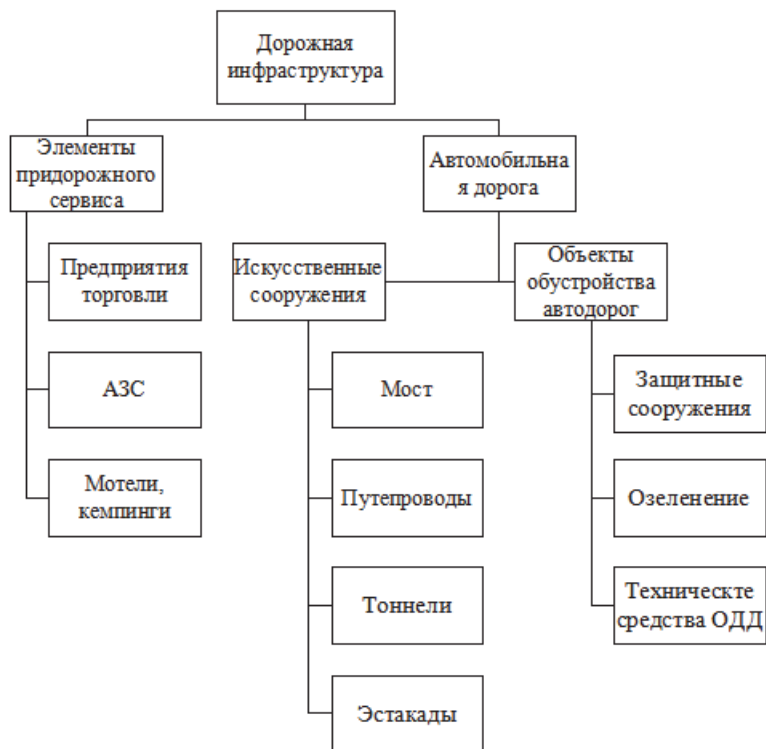


Рис. 3. Дорожная инфраструктура

В ходе исследования авторами была предложена модель развития автотуризма, которая, в контексте количественной оценки представленных в общественном доступе статистических показателей, акцентировалась на следующих факторах:

- x1 Число легковых автомобилей.
- x2 Число автобусов.
- x3 Автопробег автомобилей.
- x4 Протяженность автомобильных дорог общего пользования.

В качестве зависимой переменной (y) в рамках предложенной модели берется показатель объема оказанных услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья как один из наиболее универсальных и доступных индикаторов деловой активности в сфере туризма. Для количественной оценки взаимосвязи между переменными используется коэффициент корреляции Пирсона. Итоговые данные анализа за 2021 г. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты корреляционного анализа за 2021 г.

Показатель	Y	X1	X2	X3	X4
Y		0,50 258	0,627 692	0,600 689	0,286 699
X1			0,884 189	0,61 968	0,585 125
X2				0,537 568	0,829 435
X3					0,183 921
X4					

Можно отметить, что в 2021 г. максимальный коэффициент корреляции для объясняемой переменной – у показателя Х2 «Число автобусов». Немного отстает показатель Х3 «Автопробег автомобилей». Умеренный коэффициент корреляции также демонстрирует показатель Х1 «Число легковых автомобилей».

1. Перевозки пассажиров автобусами общего пользования (с 2000 г.). – Текст: электронный. – URL: <https://rosstat.gov.ru/search?q=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%BA%D0%B8+%D0%BF%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B0%D0%B6%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2+%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%B1%D1%83%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%B8+%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D0%B3%D0%BE+%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F> (дата обращения 16.03.2023).

2. Автотуры. – Текст: электронный. – URL: <https://go.tutu.ru/tury/avtotur/> (дата обращения 16.03.2023).

3. Кононов А.Ю., Макарова Ю.В. Перспективы развития автомобильного туризма (на примере Приморского края) // Журнал «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета». – 2022. – №4. – С. 58-75.

УДК 379.85

ФОРМАТЫ ГОСТИНИЦ ДЛЯ ТУРИСТОВ ПРИ ПУТЕШЕСТВИИ С ДОМАШНИМИ ПИТОМЦАМИ

Д.А. Проскурина

бакалавр

Г.А. Гомилевская

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающим спросом туристов с питомцами на совместное размещение. В статье исследованы особенности деятельности гостиниц, предоставляющих возможность размещения человека с питомцем на базе гостиницы; проведен анализ зарубежного и отечественного опыта; систематизированы форматы совместного размещения и выявлены ограничивающие факторы; предложена продуктовая модель совместного размещения. Методология исследования: методы сравнительного анализа, систематизации, наблюдения и моделирования.

Ключевые слова: *гостиничное предприятие, турист, домашнее животное, совместное размещение, гостиничный рынок по совместному размещению, услуги совместного размещения.*

FORMATS OF HOTELS FOR TOURISTS WHEN TRAVELING WITH PETS

The relevance of the research topic is due to the increasing demand of tourists with pets for co-location. The article explores the features of the activities of hotels that provide the possibility of placing a person together with a pet on the basis of a hotel enterprise; analysis of foreign and domestic experience; co-location formats were systematized and limiting factors were identified; a product model of co-location is proposed. The research methodology is the methods of comparative analysis, systematization, observation and modeling.

Keywords: *hospitality enterprise, tourist, pet, co-location, co-location hotel market, co-location services.*

На развитие гостиничного бизнеса влияет множество факторов, одним из которых является возрастающий спрос туристов на индивидуализацию услуг гостиниц, удовлетворяющих специфические потребности. Так, за последние годы можно наблюдать повышение спроса на совместное размещение туриста и его питомца на базе гостиничного предприятия.

Новые форматы гостиниц для путешественников с домашними животными являются перспективным направлением развития гостиничного бизнеса, главным образом из-за большой группы потребителей нового типа услуг. Цель работы – на основе международного и отечественного опыта определить основополагающие принципы и форматы размещения туристов с домашними животными на базе гостиничных предприятий. Для достижения цели необходимо решение ряда задач:

- рассмотреть теоретическую часть, нормативно-правовые акты, мировой и отечественный опыт в вопросе размещения туриста с домашним животным на базе гостиничного предприятия;
- разработать систему оценки факторов, влияющих на возможность внедрения услуги совместного размещения;
- оценить существующие форматы совместного размещения туриста с питомцем на базе гостиничного предприятия;
- разработать продуктовую модель услуги совместного размещения.

В ходе исследования были рассмотрены работы авторов: В.Г.Овчаренко, С.В. Шепелевой, Д.А. Лисициной, Т.А. Лысанова и др. [2–4], которые определяют базовую терминологию гостиничной индустрии и специфику размещения туриста совместно с домашним животным, при этом в исследовательских материалах в недостаточной мере отражены способы и механизмы совместного размещения. Особенности применения нормативно-правовой базы для предприятий гостиничного типа по совместному размещению туристов с домашними животными отражены в работах Д.А. Селимянкиной, А.С. Кузиной, О.Е. Погрельчук и др. [11–13], которые опираются на законы, ГОСТы и подзаконные акты [6–10], тем самым определяя основу для легальной организации совместного размещения. При исследовании международного и отечественного опыта установлено использование разнообразных форматов обслуживания туристов с питомцами на гостиничных предприятиях [14–19]. Стоит отметить, что данные форматы совместного размещения не имеют единой классификации и требуют структурирования. Научная новизна исследования заключается в разработке системы факторов, влияющих на возможность внедрения услуги совместного размещения туристов с домашними животными. Практическая значимость состоит в разработке продуктовой модели услуги по совместному размещению на базе гостиничного предприятия.

В настоящее время вопросом индивидуализации потребления в туризме стало уделяться больше внимания. Персональные потребности туристов достаточно широкие, в том числе, что связано с вопросами путешествия и размещения туристов с домашними животными. Динамика численности туристов в Российской Федерации за период 2020–2022 годы, в том числе имеющих домашних питомцев, представлена на рис. 1 [1].

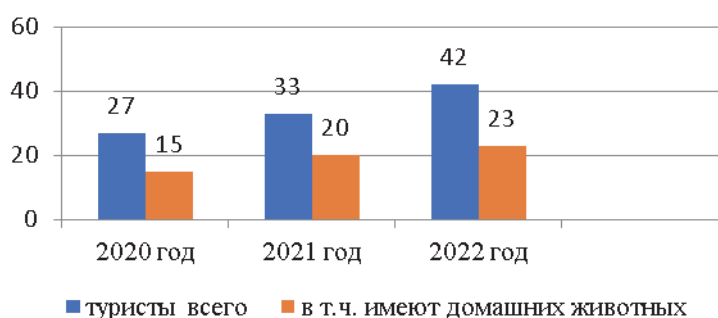


Рис. 1. Динамика численности туристов Российской Федерации, в том числе имеющих на попечении домашних питомцев за период 2020–2022 гг., млн чел.

Согласно статистическим данным за последние 3 года наблюдается общий рост численности туристов в России в целом на 48%, при этом количество туристов, у которых есть домашние животные, выросло на 8 млн человек (+53,3%). Соотношение туристов, у которых есть домашние животные, к общей численности туристов составляет 54,7%. Таким образом, на основании данных можно сделать вывод о потенциальной востребованности средств размещения для туристов с домашними животными.

На сегодняшний день основной проблемой категории туристов, путешествующих совместно с домашним животным, является невозможность оставить питомца без присмотра на время поездки, соответственно, значительная часть потенциальных туристов отказывается от путешествий. Для удовлетворения потребностей путешествия туристов с питомцами гостиничный бизнес предпринимает активные меры.

Прежде всего, формируется понятийный аппарат [2, 3], включающий определения комплексной услуги гостиниц, специфики гостя со спутником. Так, под комплексной услугой гостиниц понимается набор платных и бесплатных услуг, способных удовлетворить индивидуальные потребности туристов с питомцами. Клиентом гостиничного комплекса является физическое лицо, потребитель гостиничных услуг. Также авторы акцентируют внимание на термине «гость со спутником» и определяют его как постояльца средства размещения, заселяемого совместно с ребенком и/или домашним животным с использованием дополнительных услуг гостиницы.

На наш взгляд, детализируя понятийный аппарат исследуемой темы, необходимо ввести более конкретный термин, характеризующий особенности размещения туриста и его питомца в гостиничном предприятии. Так, в ходе исследования было сформулировано понятие «совместное размещение с домашним животным», как совокупность дополнительных услуг по одновременному проживанию человека и его питомца на базе гостиничного предприятия, оснащенного необходимой инфраструктурой для проживания постояльца гостиницы с его домашним животным. Данное понятие конкретизирует сущность услуг, направленных на решение проблем путешественников с домашними животными.

В работах Д.А. Лисициной и Т.А. Лысановой [4–5] дается уточнение понятия владельца домашнего животного, под которым понимается собственник, обеспечивающий его содержание, благополучие. Помимо этого, установлено определение услуги по размещению домашнего животного, как деятельности юридического лица (исполнителя) по содержанию домашнего животного на территории предприятия с целью обеспечить его благополучия в течение времени, определенного условиями договора.

В предложенной дефиниции автор Д.А. Лисицина [4] сосредотачивает внимание на домашних животных и определяет важный аспект совместного размещения. При этом, на наш взгляд, необходимо внести некоторые уточнения. Так, гостиничные предприятия оказывают услуги размещения и предоставляют прочие дополнительные услуги непосредственно для туриста. Питомец постояльца гостиницы не является получателем услуг, поэтому размещение домашнего животного стоит определить как вспомогательную опцию для туриста, который самостоятельно обеспечивает его благополучие и не перекладывает эти обязательства на персонал средства размещения.

Помимо представленных понятий и определений, гостиничное размещение с домашними животными требует обеспечения нормативно-правовой базой, систематизация которой представлена в табл. 1.

Таблица 1

Нормативно-правовая база и ее применение на гостиничных предприятиях совместного размещения туриста с домашним животным

Закон, стандарт	Функция
Гражданский кодекс РФ от 30 ноября 1994 г. (в ред. от 14 июля 2022 г.)	Регламентируют оказание гостиничных услуг, порядок их оплаты и регулируют конфликтные ситуации между предприятием и потребителем
Закон РФ «О защите прав потребителя» от 7 февраля 1992 г. (в ред. от 05.12.2022)	
Федеральный закон №52-ФЗ от 30 марта 1999 «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» г. (в ред. от 13.07.2015 г.)	Устанавливают нормы и правила проживания постояльца и его питомца в гостиничном предприятии. Контролируют и легализуют порядок совместного размещения, включая санитарные правила
Санитарные правила 2.1.3678-20 от 1 января 2021 г.	
Федеральный закон № 498-ФЗ от 27 декабря 2018 г. «Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ»	

Составлено по [6–10].

На наш взгляд, данная нормативно-правовая база обеспечивает основополагающие требования регулятивного характера. Помимо общих требований нормативно-правового характера, также возникает необходимость соблюдения принципа гуманизма к домашнему животному со стороны персонала при недопущении снижения дискомфорта остальным гостям. Это достигается созданием отдельной инфраструктуры для постояльцев без животных и с животными. Комплексное соблюдение этих принципов способно обеспечить успешное внедрение и реализацию услуги по совместному размещению.

В настоящее время международный гостиничный бизнес активно формирует и продвигает системный подход при предоставлении услуг для путешественников с животными. Материалы по оценке гостиниц совместного размещения систематизированы и представлены в табл. 2.

Таблица 2

Основные характеристики мировых гостиниц совместного размещения туристов с животными

Наименование гостиницы	Страна	Стоимость в сутки, долл. США	Размещаемые животные	Продуктовый набор
The Dog House	Бельгия	340	Собаки	Планировка с индивидуальными местами для животных, 130 видов корма, лакомства, собачье пиво в минибаре и груминг центр
Hotel Wolf	Германия	от 160	Собаки, кошки	Три спортивных зала, бассейн, индивидуальные кровати и прочие предметы обихода
Le Meurice	Франция	от 1 157	Собаки, кошки	Бирки с гравировкой, плюшевое одеяло с вышитым именем, лакомства, миски, кровати, меню для питомцев. Консьерж в режиме ожидания для прогулки с собакой
Rosewood London	Англия	2700	Собаки, кошки, грызуны, птицы, рептилии	Дизайнерская кровать, ошейник, поводок, домашний корм, груминг, спортзал, консьерж и гид по Лондону
Atholl Arms	Шотландия	от 100	Собаки, кошки	Лаундж, бар, место для игры с собаками, приветственные наборы, коврики, полотенца, миски, угощения, кинолог и зоопсихолог

Составлено по [11 - 15]

Исследования показывают достаточно высокий уровень организации услуг по совместному размещению на основе вспомогательных сервисов: выгул питомца квалифицированным персоналом, груминг, спортивные площадки, предоставление предметов обихода для домашнего животного, в том числе с гравировками инициалами. Также встречаются эксклюзивные предложения: собачье пиво, индивидуальное меню, контроль состояния животного специалистами отеля и т.д. При этом особое внимание уделяется комфорту туриста, обеспечивая его всеми необходимыми средствами для качественного отдыха.

Форматы предприятий размещения представлены в разных ценовых категориях, поэтому каждый турист может найти подходящий вариант для себя. Предприятия предлагаются разные продуктовые наборы, совершенствуются и создают новые удобства для туристов с питомцами, тем самым способствуют повышению туристского потока.

В отечественной практике подобных предприятий размещения на порядок меньше, ведущие гостиницы представлены в табл. 3.

Можно заметить, российские форматы гостиниц, в отличие от зарубежных средств размещения, не делают эксклюзивные предложения для туристов с питомцами. Их продуктовая модель закрывает базовые потребности постояльца: клининг номера с учетом особенностей совместного размещения, предоставление персонала для выгула питомца. Данные меры, без-

условно, способны облегчить пребывание туриста с питомцем в гостинице, но они не обеспечивают полный комфорт для данной группы потребителей.

Таблица 3

Основные характеристики отечественных гостиниц совместного размещения туристов с животными (кошки, собаки)

Наименование гостиницы	Город	Стоимость в сутки, руб.	Продуктовый набор
«Rixos Красная поляна»	Сочи	15 000	Клининг номера с учетом проживания животного
«Долина 960»	Сочи	20 700	Клининг номера с учетом проживания животного, индивидуальная посуда для питомца
«Лотте отель»	Москва, Самара, Владивосток	22 000	Клининг номера с учетом проживания животного
«Rossa springs»	Сочи	47 000	Клининг номера с учетом проживания животного, консьерж для выгула собак, диванчик для питомца
«Hyatt»	Москва, Сочи, Екатеринбург	24 000	Консьерж для выгула собак, посыльный для приобретения зоотоваров

Составлено по [16-20].

Очевидно, что ключевым условием эффективности рынка совместного размещения туристов с животными является готовность гостиничного предприятия внедрить и обеспечить качественное оказание услуги. При этом руководством гостиницы должна быть проведена комплексная оценка совокупности специфических факторов, влияющих на успех внедряемой услуги по совместному размещению (рис. 2). В результате исследования для решения данной задачи авторами разработана система оценки с учетом внешних и внутренних факторов создания конкурентоспособного продукта (рис. 2).

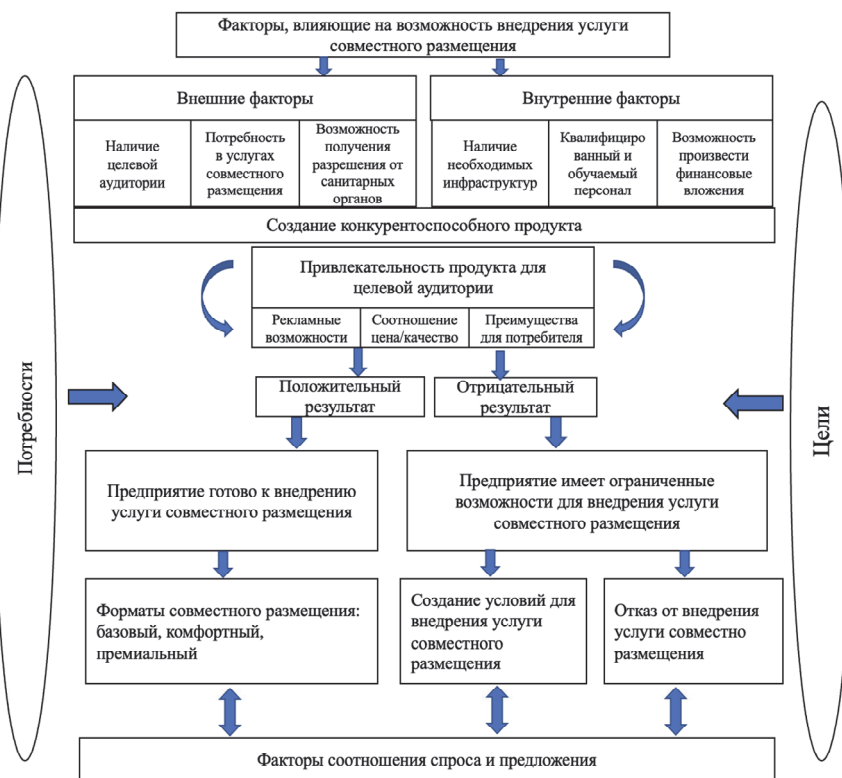


Рис. 2 – Система факторов, влияющих на возможность внедрения услуги совместного размещения туристов с домашними животными

В результате исследования для решения данной задачи авторами разработана система оценки возможностей организации совместного размещения с учетом объективного анализа внешних и внутренних факторов создания конкурентоспособного и привлекательного для туриста продукта. При этом выделены ограничения отечественных форматов гостиниц совместного размещения:

- отсутствие игровых площадок для туриста с питомцем;
- недостаток вариативности кормов, или их отсутствие;
- низкий уровень персонала для выгула и прочих процедур, или его отсутствие;
- ограниченность индивидуальных предметов обихода для питомца (спального места, посуды, лотка, игрушек);
- сложная система заселения туриста с питомцем и необоснованные отказы в совместном размещении от гостиниц, предоставляющих эти услуги.

На наш взгляд, гостиницы совместного размещения нуждаются в понимании комплексного продукта, который учитывает производственные мощности предприятия, ценовую политику и кадровые возможности, а также регламентирует параметры животных, разнообразие включенных дополнительных услуг для оказания качественного размещения для комфортного проживания туриста и его питомца.

В результате авторами разработана продуктовая модель и выделены форматы совместного размещения: базовый, комфортный и премиальный (табл. 4).

Таблица 4

Продуктовая модель совместного размещения туриста с домашним животным

Формат	Категория гостиницы	Размещаемое животное	Услуги, включенные в базовую цену	Дополнительные услуги	Цена за размещение питомца (% от базовой цены)
Базовый	Без категории, 1*, 2*	Кошки, собаки, рыба вес до 10 кг	Клининг с учетом проживания животного, спальное место для питомца	Индивидуальная посуда, консерж для выгула собаки	+30%
Комфортный	3*, 4*	Кошка, собака, грызун, рыба вес до 15 кг	Клининг с учетом проживания животного, спальное место, посуда, консерж для выгула собаки	Посылный для покупки зоотоваров, груминг	+40%
Премиальный	4*, 5*	Кошка, собака, грызун, рыба, птица, рептилия (не угрожающая жизни и здоровью человека) вес до 20 кг	Клининг с учетом проживания животного, спальное место, посуда, консерж для выгула собаки, посылный для покупки зоотоваров, груминг зона, оборудованная площадка для выгула	Возможность организации: органического этичного питания, совместных экскурсий, зооняни и прочих услуг по требованию гостя	+50%

Составлено автором

Таким образом, предложенная авторами модель совместного размещения туристов с домашними питомцами включает характеристики питомца (вид, параметры), продуктовый набор, принцип формирования цены, в том числе учитывает:

- услуги (включенные и дополнительные), повышающие комфорт туриста и его домашнего животного;
- стоимость услуг, которая дифференцирована в соответствии с качеством и представлена процентным соотношением;
- расширенный перечень видов размещаемых питомцев;
- условную зависимость от категории гостиничного предприятия.

Систематизированный подход является необходимой мерой для отлаженного функционирования каждого из форматов совместного размещения и при определенных условиях может применяться во всех видах гостиничных предприятий.

В результате проведенного исследования были рассмотрены особенности деятельности гостиниц, предоставляющих возможность размещения туриста совместно с домашним животным на базе гостиничного предприятия. Положительная динамика совместного размещения туристов с животными, анализ мировой и отечественной практики, а также факторы нормативно-правового регулирования позволяют сделать вывод о перспективности развития данного сегмента рынка гостиничных услуг.

В работе на основе терминологического анализа сформулированы понятия: совместное размещение и место совместного размещения, которые конкретизируют важные аспекты проживания туриста с питомцем на базе гостиниц. Помимо этого, разработана система оценки факторов, влияющих на возможность внедрения конкурентоспособной услуги совместного размещения, и учитывает условия внешней и внутренней среды. На основе мирового и отечественного опыта выделены форматы совместного размещения: базовый, комфортный и премиальный. Главными отличительными чертами являются: расширенный перечень видов и характеристик питомцев; привязка формата к категории гостиницы; продуктовый набор с базовыми и дополнительными услугами, повышающими комфорт туриста и его домашнего животного; принципы ценообразования на основе дифференциации в соответствии с качеством услуги. Данная продуктовая модель позволяет определить мотивационные факторы организации совместного размещения с точки зрения широты ассортимента услуг, соотношения цены и качества.

-
1. Веб-сайт российского федерального агентства ТАСС. – URL: <https://tass.ru>
 2. Овчаренко В.Г. Разработка проекта концептуальной гостиницы с различными видами размещения // Вестник научных конференций. – 2016. – № 3-7. – 128-129 с.
 3. Шепелева С.В. Развитие отелей для домашних животных // Сборник актуальных проблем гуманитарных и социальных наук. – 2016. – №7. – 412-416 с.
 4. Лисицина Д.А. Проблемы развития и управления гостиничным бизнесом в России // Сборник наук и технологий. – 2020 г. – 14-18 с.
 5. Лысанова Т.А. Особенности работы гостиничных предприятий и их формы реализации // Сборник научных трудов студентов ГСХА. – 2021 – С. 896-898.
 6. Гражданский кодекс РФ от 30 ноября 1994 г. (в ред. от 14 июля 2022 г.) // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_433278/
 7. Закон РФ «О защите прав потребителя» от 7 февраля 1992 г. (в ред. от 05.12.2022) // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
 8. Федеральный закон №52-ФЗ от 30 марта 1999 «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» г. (в ред. от 13.07.2015 г.) // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22481/
 9. Санитарные правила 2.1.3678-20 от 1 января 2021 г. // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314646/
 10. Федеральный закон № 498-ФЗ от 27 декабря 2018 г. «Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314646/
 11. Веб-сайт гостиницы «The Dog House». URL: <https://www.agoda.com/the-dog-house/hotel/marcham-gb.html?cid=1844104>
 12. Веб-сайт гостиницы «Hotel Wolf». URL: <https://wolffhotel.com>
 13. Веб-сайт гостиницы «Le Meurice». URL: <https://www.dorchestercollection.com/en/paris/le-meurice/>
 14. Веб-сайт гостиницы «Rosewood London». URL: <https://www.rosewoodhotels.com/en/london>
 15. Веб-сайт гостиницы «Atholl Arms». URL: <https://www.athollarmshotel.co.uk>
 16. Веб-сайт гостиницы «Rixos Красная поляна». URL: <https://www.rixos.com/ru/hotel-resort/rixos-krasnaya-polyana-sochi>
 17. Веб-сайт гостиницы «Долина 960». URL: <https://dolina960.ru>
 18. Веб-сайт гостиницы «Лотте». URL: <https://www.lottehotel.com/vladivostok-hotel/ru.html>
 19. Веб-сайт гостиницы «Rossa springs». URL: <https://rosasprings.ru>
 20. Веб-сайт гостиницы «Hyatt». URL: <https://www.hyatt.com/ru-RU/home>

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.А. Светлакова

бакалавр

И.С. Михина

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Рассмотрены тенденции развития выездного туризма в Российской Федерации в 2014–2022 гг., выявлены основные факторы, препятствующие его развитию. Определена динамика и географическая структура туристских потоков, выявлены проблемы и перспективы развития выездного туризма.

Ключевые слова: выездной туризм, туроператоры, турагенты, туристские направления, Российская Федерация.

TENDENCIES IN THE DEVELOPMENT OF OUTBOUND TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Tendencies of development of outbound tourism in the Russian Federation in 2014–2022 are considered, the main factors hindering its development are identified. The dynamics and geographical structure of tourist flows are determined, problems and prospects for the development of outbound tourism are identified.

Keywords: outbound tourism, tour operators, travel agents, tourist destinations, Russian Federation.

Актуальность

В настоящее время выездной туризм является одной из самых популярных и активно развивающихся сфер бизнеса. Ежегодно туристский рынок становится всё более высокоэффективным, формы взаимодействия туристских компаний и поставщиков услуг становятся все разнообразнее, специфика обслуживания стала сложнее. Помимо этого, улучшаются технологии, растет общий уровень знаний работников туризма.

2020 и 2022 годы нанесли серьезный удар по туристской отрасли страны, первый введением антиковидных ограничений, а второй широкомасштабными санкциями против страны, ее должностных лиц и граждан.

Сложившаяся ситуация является серьезным испытанием для туристской отрасли и определяет важность глубокого изучения способов и направлений преодоления кризисных аспектов.

Цели и задачи

Цель работы – выявить особенности развития выездного туризма в РФ в современных условиях.

В результате возможно решение следующих задач:

- проанализировать структуру и динамику отрасли выездного туризма;
- определить современные тенденции развития рынка выездного туризма в РФ;
- проанализировать предложения туроператоров на рынке;
- выявить проблемы и перспективы развития выездного туризма в РФ

Научная новизна

Уточнено и предложено определение выездного туризма для Российской Федерации.

Методы исследования

В процессе работы использовались общенаучные методы исследования: анализ, синтез, сравнение, экономико-статистические методы, что позволило обеспечить достоверность результатов исследования и обоснованность выводов.

В статье 1 Федерального закона от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» выездной туризм – (временный) выезд лиц, постоянно проживающих на территории Российской Федерации на территорию другого государства для отдыха и решения иных (не коммерческих) задач [1].

Следовательно: международный выездной туризм – глобальная динамичная система, где главным системообразующим фактором является деятельность человека, совершающего кратковременные перемещения за пределы государственных границ с туристскими, профессионально-деловыми целями и с целью социокультурных коммуникаций.

Современные тенденции туристского рынка обусловлены проявлением внешних и внутренних глобальных, политических, социально-экономических, экологических и иных факторов. В последние годы важнейшими силами, определяющими структуру и динамику туристского рынка следует назвать пандемию Коронавируса-19, начало специальной военной операции в Украине (СВО), введение санкций и ограничений против Российской Федерации и российских граждан и др.

Для понимания изменения трендов в сфере выездного туризма, проанализируем тенденции и динамику развития данных отношений (рис. 1).

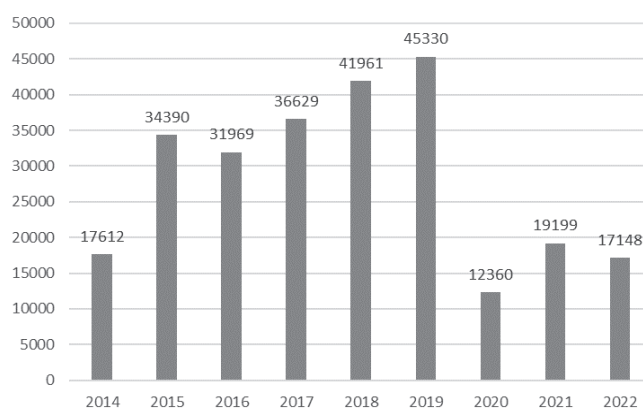


Рис. 1. Динамика выездного туризма в период с 2014 по 2022 год, млн чел. [2]

На рисунке показано, как до 2019 года виден рост выездного туризма, тогда как в последние года происходит резкое падение объемов путешествий.

Согласно рисунку в период пандемии туристская отрасль в связи с ограничениями на перемещения потеряла до 60% дохода, поскольку отдельные ковидные ограничения до сих пор не сняты и в разных странах их объем и степень строгости различны, прогнозировать восстановление уровня дохода пока сложно [1].

После окончания пандемии, но с началом СВО географическая структура выездного туризма трансформировалась, по отдельным направлениям наблюдается рост, по другим сокращение. По предварительным оценкам структура выездного туризма в 2022 году выглядела следующим образом (рис. 2).

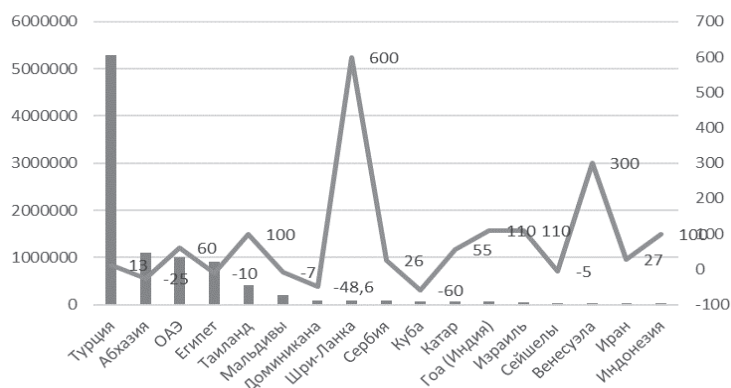


Рис. 2. Географическая структура выездного туризма в 2022 году, тыс. чел. [3]

В некоторых странах рост турпотока произошел практически с нуля (Таиланд, Индонезия), а в других странах объем турпотока вырос в несколько раз (Венесуэла, Катар).

В связи с началом СВО серьезные изменения претерпели объем и динамика международных и въездных поездок в Россию. С начала 2022 года наблюдается резкое падение как общего количества туристских поездок, так и поездок внутри страны.

В начале 2022 года лидерами стали Египет, Турция, ОАЭ, при этом топ-10 популярных у россиян направлений претерпели изменения (рис. 3).

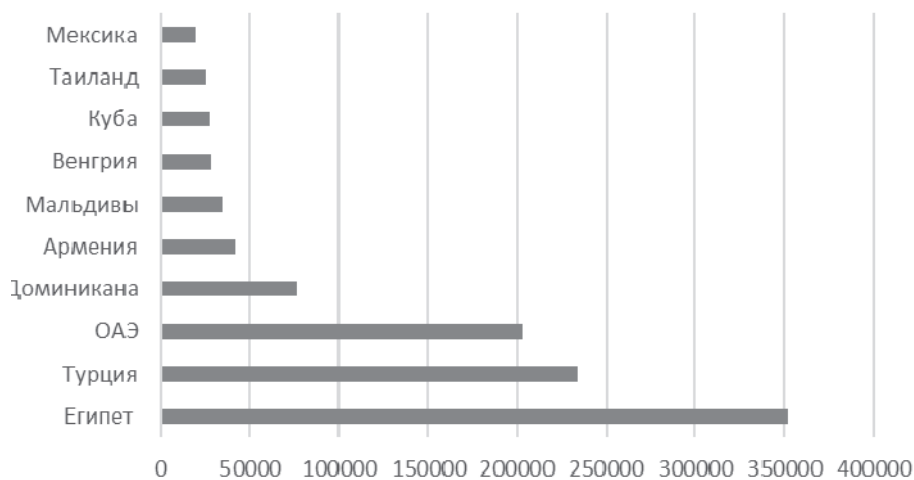


Рис. 4. Направления выездного туризма в 2022 г., тыс. чел. [3]

В настоящее время выездной туризм для россиян преимущественно означает отдых у моря. Так, для 57% россиян поездка на море является самой востребованной. Вторым направлением выездного туризма являются культурно-познавательные путешествия.

В 2022 туроператоры вынуждены корректировать предлагаемые продукты с учетом востребованности направлений и платежеспособности россиян.

Так, например, количество потенциальных туристов в 2022 году, которые после событий 24 февраля оказались не готовы планировать свой отдых, выросло в два раза по сравнению с 2021 годом, когда в разгаре была пандемия коронавируса (рис. 5).

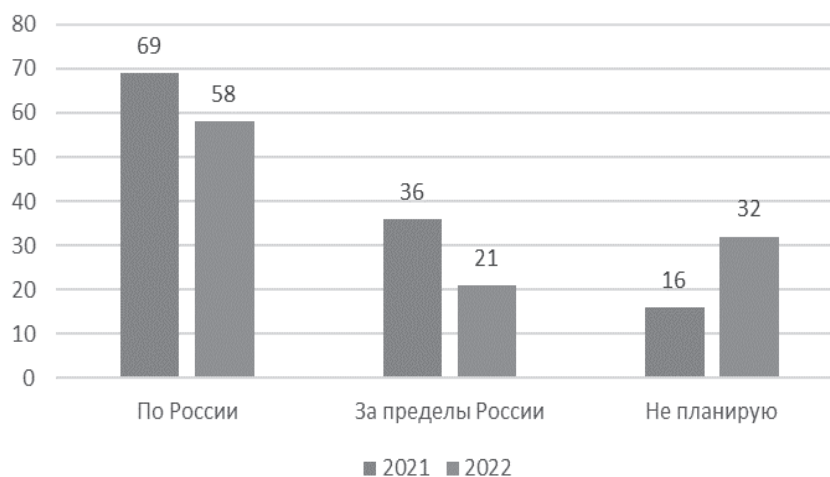


Рис. 5. Изменения в туристских предпочтениях россиян, % [3]

Самыми востребованными туроператорами для организации выездных поездок показали себя Библио-Глобус, Пегас Туристик, Анекс Тур, FUN&SUN (TUI), Coral travel. На долю этой пятерки пришелся 51% всех бронирований [2].

На следующем рисунке представлены массовые направления от популярных туроператоров.

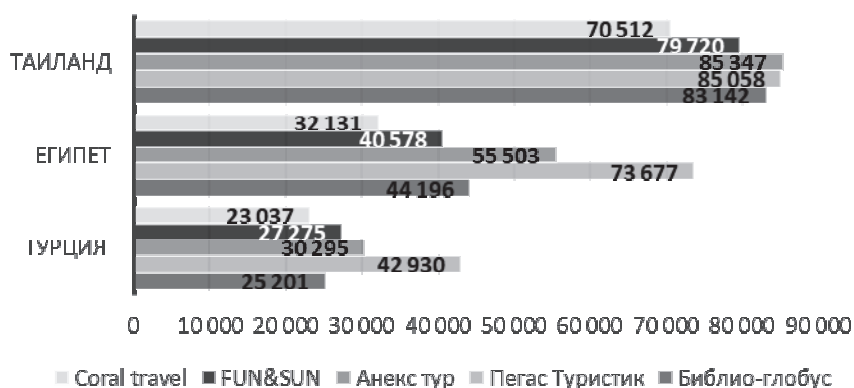


Рис. 6. Массовые направления выездного туризма в 2023 г, тыс. руб.

Проанализировав рисунок массовых направлений выездного туризма, мы видим, что стоимость у разных туроператоров может существенно отличаться. Наиболее массовыми и популярными направления для туров в 2023 году, которые предлагают туроператоры, являются такие страны как Турция, Египет, Таиланд. Также внимание туристов обращают на себя страны класса Премиум (рис. 7).

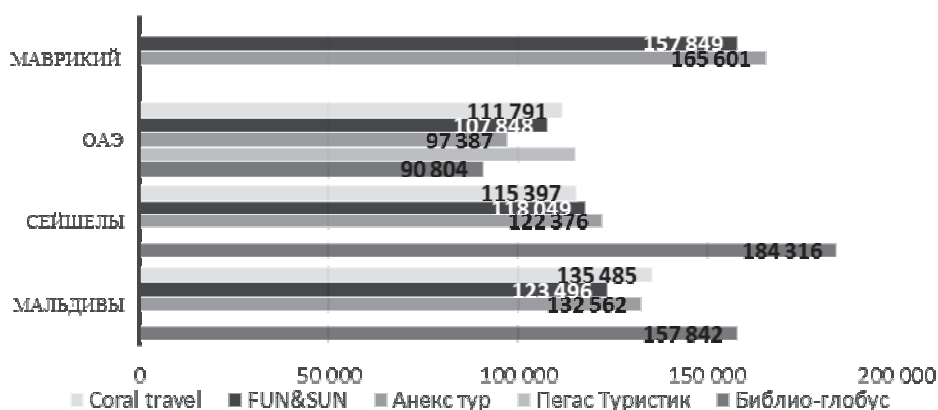


Рис. 7. Направления класса Премиум в 2023 г. тыс. руб.

Проанализировав рисунок 7, мы видим, что туроператоры рекомендуют обратить внимание на тропические страны, такие как Мальдивы, Сейшелы, ОАЭ, Маврикий, куда из России можно попасть на прямых рейсах «Аэрофлота» или иностранных авиакомпаний с удобной стыковкой. Стоимость высокая, как эти направления относятся к классу «люкс».

Рассмотрим на рисунке 8 направления выездного туризма в страны СНГ в 2023 г.

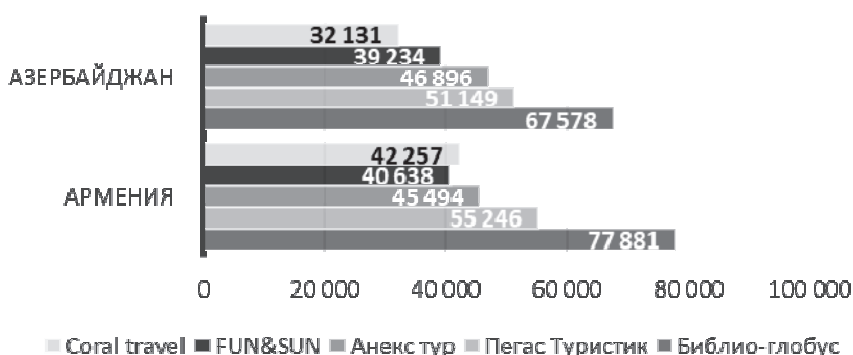


Рис. 8. Направления выездного туризма в страны СНГ в 2023 г. тыс. руб.

Страны СНГ в 2023 году, как и в 2022 году, не потеряют свою популярность. Сегодня привлекают внимание многих туристов, такие страны как Армения и Азербайджан, эти страны показали хорошие цифры на выездном рынке. Страны СНГ стали лидерами среди зарубежных направлений по числу бронирований – на них приходится 34% от всех резерваций за границей.

Таким образом, можно сделать вывод, что выездной туризм в 2022 году по сравнению с 2021 годом вырос на четверть несмотря на то, что, география путешествий граждан России, выезжающих за рубеж, значительно изменилась. В связи с началом СВО многие страны закрыли свои границы для наших граждан, поэтому большинство туристов в 2022 и 2023 году выбирали альтернативные Европе маршруты. По первым трём кварталам 2022 года самым популярным выбором жителей России были, такие страны как Турция, Абхазия, Египет, ОАЭ, Армения, Таиланд.

Несмотря на то, что выездной туризм выгоднее России в меньшей степени, чем въездной, данное направление должно развиваться, поскольку он является залогом развития отечественной туристской отрасли, повышения качества оказываемых услуг и освоения новых технологий и возможностей.

Анализ ситуации на рынке выездного туризма показал, что ситуация 2022 году складывается достаточно тяжелая. Не успев оправиться и восстановиться после 2020 года и пандемийных ограничений, туристская отрасль оказалась под влиянием санкционного давления, закрытия банковского обслуживания, колебаниями курсов валют, закрытием или ограничением авиасообщения, отказом страховых компаний страховать туристскую деятельность и т.д.

Перспективы развития выездного туризма определяются усилиями государственных органов и местных сообществ, поскольку в случае направления доходов от туризма на развитие транспортного сообщения, инфраструктуры, предложения новых продуктов на туристском рынке, создание благоприятного имиджа и безопасности, туристский потенциал страны будет расти. В этом плане Российская Федерация обладает богатыми культурно-историческими и природными богатствами для привлечения иностранных туристов для организации отдыха.

Выводы

В результате проведенных исследований были определены основные тенденции развития выездного туризма в РФ.

Выявлены основные туроператоры, реализующие основные направления выездного туризма в 2023 г. и выделены наиболее популярные маршруты.

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – Текст: электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

2. Динамика въездного и выездного туризма в России в период 2014–2022 гг. – Текст: электронный. – URL: <https://prj.pskgu.ru/s221979310023983-4-1/>

3. Рынок туризма: новые правила старой игры. – Текст: электронный. – URL: <https://probankrotstvo.ru/articles/rynok-turizma-novye-pravila-staroi-igry-157>

УДК 379.85

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

А.С. Чавдарь, А.Е. Слепченко

бакалавры

А.Ю. Кононов

канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет

Владивосток, Россия

Актуальность изучения особенностей экстремального туризма в России связана с несколькими причинами. Изучение как отечественного, так и зарубежного опыта экстре-

мальной туристической деятельности способствует развитию туристической сферы России в целом. Изучение данного опыта, кроме того, сокращает затраты на разработку инновационных туристических продуктов или обновление существующих. Тем самым увеличивается экономическая эффективность деятельности отдельных туристических агентств, в частности в Приморском крае.

Ключевые слова: туризм, экстремальный туризм, Российская Федерация, Приморский край.

FEATURES OF ORGANIZING EXTREME TOURISM IN PRIMORSKY KRAI

The relevance of studying the features of extreme tourism in Russia is associated with several reasons. The study of both domestic and foreign experience of extreme tourism activities contributes to the development of the tourism sector in Russia as a whole. Learning from this experience also reduces the cost of developing innovative tourism products or updating existing ones. This increases the economic efficiency of individual travel agencies, in particular in the Primorsky Territory.

Keywords: tourism, extreme tourism, Russian Federation, Primorsky Krai.

В современном мире возрастает популярность экстремального туризма, причиной данного процесса является чрезмерная урбанизация во многих странах, которая привела к полному отрыву человека от природы. За последние годы сектор экстремального туризма стремительно развивается, так как этими услугами пользуются как туристы, так и круг местных потребителей. Расширение сферы экстремального туризма становится необходимым решением для функционирования сектора туристических услуг, который представлял различные виды развлечений.

Тем не менее, можно отметить, что экстремальный туризм является относительно новым явлением, и конкретного определения в нормативно-правовых документах не закреплено, но в различных источниках данный термин трактуют по-разному

Таблица 1

Определение экстремального туризма

Автор	Определение
Писаревский Е.Л	Вид рекреационной деятельности человека, один из подвидов приключенческого туризма, связанный с активным и спортивным времяпрепровождением в рискованных для жизнедеятельности человека условиях.
Нарута Я.С, Ноликов В.Б	Экстремальный туризм – это эмоционально яркая форма отдыха, которая способствует укреплению здоровья и разностороннему воспитанию человека.
Фелисити Пикен	Любой вид туризма, который расширяет границы исследования новых мест, получения нового опыта или отраслевых практик.
Бабкин А.В.	Это путешествия и активные виды отдыха, так или иначе связанные с риском.

Есть два основных подхода трактовки экстремального туризма:

Первый строится исключительно вокруг экстремальных видов спорта. В современных условиях экстремальный туризм – крупный сегмент, состоящий из множества нишевых рынков. А.В. Бабкин разделил данные направления на 5 категорий (рис. 1).

Во втором же случае риск для здоровья является главным мотивирующим фактором, который может встречаться и в других сферах, что расширяет классификацию.

Современные тенденции в развитии туризма свидетельствуют о возрастании влияния экстремальной отрасли как на экономику отдельных стран. Туризм – одна из важнейших сфер деятельности современной экономики Приморского края, так как данные территории обладают большим туристическим потенциалом.



Рис. 1. Виды экстремального туризма

В рамках темы исследования важно выявить особенности данного вида туризма в Приморском крае.

Таблица 2

Особенности экстремального туризма в Приморском крае

Особенность	Описание
Активность экстремальных туристов в зимнее время	Продолжительность зимнего периода на территории Приморского края
Зависимость от погодных условий	Переменчивость погодных условий
Преобладание водных видов экстремального туризма	Приморский край расположен на берегу Японского моря
Ограниченность ресурсов для экстремального туризма	В Приморском крае отсутствуют некоторые виды природных рельефов
Доступная цена	В Приморском крае демократичные цены на многие виды экстремальных поездок
Травмоопасность	Экстремальные поездки проводятся под руководством инструкторов и экспертов, что снижает возможность получения травм

В ходе анализа тенденций развития туризма в Приморском крае рассмотрены основные ресурсы региона, которые можно отобразить в табл. 3.

Таблица 3

Туристические ресурсы Приморского края

Вид	Количество
Горы и пещеры	18
Объекты зимнего отдыха	6
Водные и пляжные зоны	45
Заповедники и парки	12

Проанализировав данные таблицы, можно сделать вывод о том, что большую часть всех туристских ресурсов края занимают водные и пляжные зоны отдыха, что напрямую содействует развитию водного экстремального туризма. На втором месте находятся горы и пещеры, что способствует организации горных видов экстремального туризма. Кроме того, на территории края находится 6 баз зимнего отдыха и 12 заповедников и парков, что также привлекает экстремальных туристов.

Отдельно стоит рассмотреть работу организаций, которые могут предоставить те или иные активности в контексте экстремального туризма. Данные были собраны по агрегатору vl.ru

В ходе исследования был представлен анализ категорий такого рода предприятий (рис. 2).

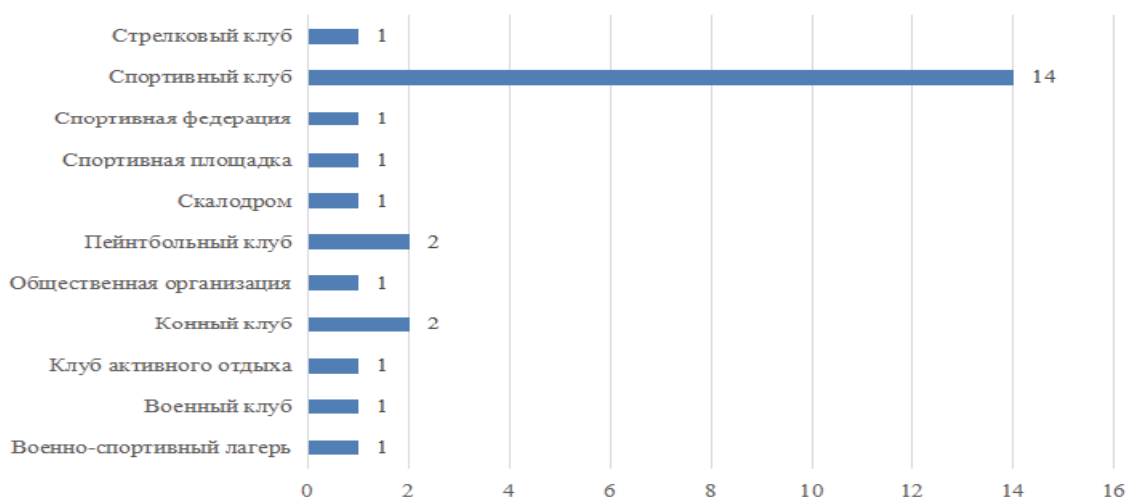


Рис. 2. Предприятия, предлагающие активности в контексте экстремального туризма

Можно отметить, что спектр услуг достаточно разнообразен. При этом большинство предприятий – это те или иные спортивные клубы, предлагающие такие активности как бампербол, флайборд, вертолетные экскурсии и т.д.

Также были рассмотрены основные предложения по экстремальному туризму в Приморском крае и в городе Владивосток. В контексте Приморского края было рассмотрено 8 предложений от таких организаций как туроператор «Магазин путешествий», Russia Discovery, ДальИнфоТур.

Согласно проведенному исследованию, в Приморском крае существует небольшое количество предложений по экстремальному туризму. Их стоимость варьируется от 2100 рублей на человека до 125 000 рублей. Предложения организуются как частными лицами, так и туристическими компаниями. Вместе с этим Приморский край становится все более привлекательным для туристов. По экспертным оценкам, процент туристических потоков, в частности въездных туристов, стремительно увеличивается. Данный факт связан с активным продвижением туристического бренда Дальнего Востока, развитием туристической инфраструктуры, в том числе открытием развлекательного курорта «Приморье», а также введением упрощенного визового режима на территории Свободного порта Владивосток. Таким образом, развитие экстремального туризма становится актуальной задачей в современных условиях и является одним из приоритетных направлений в экономике Приморского края.

1. Косова Л.С. Экстремальный туризм и риски. – Текст: электронный // Известия АО РГО. – 2019. – №3 (54). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekstremalnyy-turizm-i-riski> (дата обращения: 09.11.2022).

2. Tutu.ru. Экстремальные туры. – Текст: электронный. – URL: <https://go.tutu.ru/tury/ekstremalnye/> (дата обращения: 16.11.2022).

3. Vl.ru. Экскурсии и туры во Владивостоке. – Текст: электронный. – URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/events/by-category-tours> (дата обращения: 16.11.2022)..

Секция. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ

УДК 656.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ТЭК РУСЛЕН»

Т.А. Антонов

бакалавр

Ю.В. Соломахин

канд. тех. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В данной работе рассматривается характеристика предприятия ООО «ТЭК РУСЛЕН». Проводится анализ показателей грузооборота по объему и направлению в период с 2017 по 2021 годы. Предлагаются мероприятия по оптимизации деятельности компании.

Ключевые слова: логистика, структура предприятия, объем перевозок, транспорт, транспортно-экспедиторское обслуживание.

IMPROVING THE ORGANIZATION OF TRANSPORT AND FORWARDING SERVICES ON THE EXAMPLE OF LLC «TEK RUSLEN»

This paper discusses the characteristics of the enterprise LLC «TEK RUSLEN». An analysis of the indicators of cargo turnover by volume and direction in the period from 2017 to 2021 is carried out. Measures are proposed to optimize the company's activities.

Keywords: logistics, enterprise structure, traffic volume, transport, forwarding services.

Транспорт – сложная взаимосвязанная открытая система, которая находится под влиянием множества транспортных и нетранспортных факторов (предприятий, организаций, природных условий) и, в свою очередь, оказывает влияние на социальную и производственную системы страны [1].

В настоящее время транспорт во многом определяет возможности развития национальных экономик. Основными требованиями на рынке становятся условия поставки товара: в нужное время, в нужном месте, с определенными потребительскими характеристиками, в необходимых количествах. Все это выдвигает на первый план вопросы транспортно-экспедиторского обслуживания и выбора оптимального способа доставки [4].

В данной работе рассматривается деятельность ТЭК РУСЛЕН и предлагаются мероприятия по ее оптимизации.

Транспортно-экспедиторским предприятиям для того, чтобы оставаться успешными и конкурентоспособными, необходимо проводить непрерывный мониторинг эффективности своей деятельности, разрабатывать и реализовывать мероприятия по совершенствованию организации транспортно-экспедиторского обслуживания [2].

Цель работы – проведение анализа деятельности предприятия для последующей разработки мероприятий по ее совершенствованию

Задачи:

- рассмотреть характеристику исследуемого предприятия ООО «ТЭК РУСЛЕН»;
- провести анализ некоторых показателей деятельности компании;
- предложить мероприятия по совершенствованию организации транспортно-экспедиторского обслуживания.

Транспортно-экспедиторское обслуживание – это комплекс услуг, связанных с организацией перевозок грузов от отправителя к получателю. Транспортный экспедитор выступает

посредником между отправителем и перевозчиком, организуя перевозку груза с максимальной эффективностью и экономичностью для клиента [4].

В его рамках транспортный экспедитор выполняет следующие функции:

- определение оптимального маршрута и транспортного средства для перевозки груза;
- оформление необходимых документов для перевозки груза;
- организация загрузки и разгрузки груза;
- мониторинг выполнения перевозки и информирование клиента о статусе груза;
- решение возможных проблем, связанных с перевозкой груза, например, задержки или утери груза.

Таким образом, транспортно-экспедиторское обслуживание позволяет клиентам экономить время и средства на организации перевозок грузов, а также гарантирует надежность и качество услуг.

ООО «ТЭК РУСЛЕН» – транспортно-логистическая компания полного цикла, осуществляющая доставку грузов по России и всему миру. Компания предлагает полный комплекс услуг в сфере грузоперевозок, который позволяет обеспечить как надёжность, так и оперативность доставки грузов.

В соответствии со сведениями о видах экономической деятельности по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД) в Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) внесены следующие сведения о видах экономической деятельности ООО «ТЭК РУСЛЕН»:

Основной вид деятельности по ОКВЭД:

49.41 Деятельность автомобильного грузового транспорта [3].

Дополнительные виды деятельности:

- 46.19 Деятельность агентов по оптовой торговле универсальным ассортиментом товаров [3];
- 49.42 Предоставление услуг по перевозкам [3];
- 52.10 Деятельность по складированию и хранению [3];
- 52.21 Деятельность вспомогательная, связанная с сухопутным транспортом [3].

Материально техническая база компании:

- собственный контейнерный парк: 41;
- собственный парк автомобилей: 8;
- собственные изотермические вагоны-термосы: 14;
- собственные вагоны-автомобилевозы: 5;
- железнодорожные универсальные платформы: 6.

Грузооборот транспорта – объем работы транспорта по перевозке грузов. Он определяется как сумма произведений массы перевезенных грузов в тоннах на расстояние перевозки в километрах по всем позициям перевозки [4].

Таблица 1

Объем перевозок по видам транспорта, тонно-километры

Вид транспорта	Год				
	2017	2018	2019	2020	2021
Морской	6621	5348	7355	2708	5680
Железнодорожный	21 997	18 881	15 691	9181	20 172
Автомобильный	3246	2456	2953	3328	2560
Всего	31 864	26 685	25 999	15 217	28 412

Из таблицы видно, что в 2020 году объем перевозок упал относительно 2019 года в связи с пандемией. При этом морские перевозки упали в 2,8 раза, железнодорожные – на 41 %, автомобильные – напротив увеличились на 13 %.



Рис. 1. Объем перевозок по видам транспорта в %

Из диаграммы видно, что доля железнодорожных перевозок с 2017 по 2021 года почти не изменяется и составляет от 60 до 71%. Доля морских перевозок колеблется от 15,5 до 28%. Наименьшее количество морских перевозок было зафиксировано в 2020 году – 15,5% из-за ковидных ограничений.

Таблица 2

Объем перевозок по направлениям, тонно-километры

Основные направления перевозок	Год				
	2017	2018	2019	2020	2021
Международные направления, в том числе:	6621	5348	7355	2708	5680
Япония – Владивосток	1290	915	1374	254	1163
Республика Корея – Владивосток	765	526	780	322	671
Китай – Владивосток	4566	3907	5201	2132	3846
Внутрироссийские направления, в том числе:	25 243	21 337	18 644	12 509	22 732
Владивосток – Новосибирск	9073	8468	6407	4785	8411
Владивосток – Екатеринбург	8021	6945	5728	3303	6546
Владивосток – Иркутск	3529	2134	3356	2212	3864
Владивосток – Москва	572	378	356	223	47
Владивосток (местная выдача)	4048	3412	2797	1986	3864
Всего, тонн	31 864	26 685	25 999	15 217	28 412

Из таблицы видно, что в 2020 году произошло уменьшение объема перевозок по направлению Япония – Владивосток в 5,4 раза. Аналогичная тенденция наблюдается по внутрироссийскому направлению на маршруте Владивосток Екатеринбург на 43 %.



Рис. 2. Объем перевозок по направлениям в %

Из данной диаграммы видно, что внутрироссийские перевозки преобладают в грузообороте компании и составляют от 72 до 82%. Международные перевозки составляют от 18 до 28% с минимальным значением в 2020 году.

На основании анализа деятельности предприятия был составлен комплекс мероприятий по оптимизации деятельности:

1. Корректировка маршрутов доставки может помочь снизить затраты на транспортировку, повысить скорость доставки и уменьшить риск опозданий. Эту задачу можно решить с помощью использования специальных программ и алгоритмов, которые учитывают такие факторы, как расстояние между пунктами назначения, дорожные условия, пробки и время доставки.

2. Улучшение управления логистическими процессами может помочь улучшить координацию между различными компонентами процесса, такими как доставка, складирование и упаковка груза. Это позволит повысить скорость и точность доставки, а также сократить затраты на логистику.

3. Обучение и развитие персонала может помочь повысить квалификацию и эффективность сотрудников, что приведет к улучшению качества услуг и сокращению времени на обработку и доставку грузов.

4. Внедрение системы управления качеством позволяет сократить количество ошибок и повысить уровень обслуживания клиентов. Система управления качеством также может помочь снизить затраты на логистику и улучшить управление процессами.

В целом, совершенствование организации транспортно-экспедиторского обслуживания является важным шагом в улучшении качества услуг и повышении конкурентоспособности предприятия в отрасли.

-
1. Основы логистики. – URL: <https://logistics.ru/>
 2. Журнал публикаций и научных статей. – URL: <https://journalpro.ru/>
 3. Центр регистрации и сопровождения бизнеса. – URL: <https://www.regfile.ru/>
 4. Транспортно-экспедиторские услуги при международной перевозке грузов / А.С. Кокин, Г.А. Левиков. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=58061

РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНО-СКЛАДСКИХ КОМПЛЕКСОВ г. ВЛАДИВОСТОКА И БЛИЗЛЕЖАЩИХ РАЙОНОВ

А.А. Борвенко, Д.А. Мячин

бакалавры

Г.И. Попова

старший преподаватель

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В статье представлена краткий исторический обзор, в котором рассказывается о первых транспортно-складских комплексах с момента основания города Владивостока, о последующих ветвях их развития и о появлении современных складских площадей классов А и В.

Ключевые слова: исторический обзор, транспортно-складской комплекс, развитие, современные складские площади.

DEVELOPMENT OF TRANSPORT AND WAREHOUSE COMPLEXES IN VLADIVOSTOK AND NEARBY AREAS

The article presents a brief historical overview, which tells about the first transport and warehouse complexes since the founding of the city of Vladivostok, about the subsequent branches of their development and about the appearance of modern warehouse areas of classes A and B.

Keywords: historical overview, transport and warehouse complex, development, modern warehouse areas.



Рис. 1. Зарождение поста Владивосток как военной базы Тихоокеанского флота

Развитие транспортно-складских комплексов г. Владивостока началось с момента освоения территорий полуострова Муравьев-Амурский. 2 июля 1860 года был основан пост Владивосток как военная база Тихоокеанского флота. Для развития поста необходимы были ремонтные базы. Для этого в 1862 году Контр-адмирал Пётр Васильевич Казакевич, бывший военный губернатор Приморской области, отправил представление в Петербург о необходимости завести в бухте Золотой Рог плавучий и сухой док. Решение данного вопроса требовало обсуждений и времени. В связи с этим первый плавучий док во Владивостоке начали строить только в 1880-х годах.

Конструктивно был построен четырехсекционный док системы Кларка с использованием английских технологий, но сдан был только в 1889 году. Док имел длину 90 метров, что составляло 304 фута, и мог принимать суда водоизмещением до 8,4 тыс. тонн. Однако плавучий док не мог принимать на ремонт крейсера первого ранга, что значительно ограничивало возможности Владивостока как главной военной базы зарождавшегося Тихоокеанского флота. Так что строительство сухого дока стало неизбежным. Работы по его созданию велись в районе «Старого Адмиралтейства» (ныне территория Корабельной набережной) еще в 1868–1869 годы, но были прекращены из-за отсутствия средств. Однако недостроенный док стал использоваться для незначительного ремонта судов, среди которых были «Польза», «Буксир», «Кит», «Суйфун». В основном же, ремонт судов Сибирской флотилии и Тихоокеанской эскадры выполнялся в доках Японии вплоть до конца XIX века [1].

Около 80% грузов по всему миру перевозилось по воде, поэтому основание порта стало существенным фактором для развития региона. Именно поэтому в 1896 году по указанию императора России Николая II началось строительство Владивостокского коммерческого порта в бухте Золотой Рог. Для данного проекта правительством было выделено 600 тыс. рублей, а также были приглашены специалисты со всех уголков России, по тем временам использовались технологии самого высокого уровня. В этом современном порту уже к 1900 году грузооборот составлял 411 460 тонн.

В 1913–1914 годах был составлен проект расширения Владивостокского порта и предусматривал увеличение пропускной способности до 70 млн пудов в год.

В следующие три года были построены сухой док «Доброфлота», железнодорожная ветка от Эгершельда до ст. Владивосток, новые причальные линии и складские помещения. Они представляли собой пакгаузы, сделанные из гофрированного оцинкованного железа на деревянном каркасе. Перед Первой мировой войной общая площадь пакгаузов составляла 74,7 тыс. кв. м. К 1917 году площадь пакгаузов была увеличена вдвое, что позволяло разместить в них до 20 млн пудов груза. Из-за гористого рельефа Владивостока складские помещения размещались вдали от причальных линий или вовсе за пределами порта. Погрузоразгрузочным работам мешали ж/д пути, протянутые к вновь построенным пакгаузам.

Во время гражданской войны было разграблено и вывезено оборудование всех судоремонтных предприятий, в порту – все погрузоразгрузочные механизмы, за исключением двух плавучих кранов малой мощности. Но со временем удалось вернуть большую часть оборудования и развитие продолжилось. В 20-е годы начались работы по переустройству Владивостокского порта. Пакгаузы, удаленные от причалов на большое расстояние, были разобраны, а подъездные железнодорожные пути к ним были убраны. На территории самого порта взамен временных строятся новые постоянные складские помещения. Грузооборот с 1913 года (1,3 млн тонн) увеличился почти в 2 раза и составил 2,4 млн тонн в год. И далее в течение продолжительного времени шел рост складских помещений, происходило интегрирование и усовершенствование погрузочно-разгрузочных механизмов.

Большой шаг в развитии современных транспортно-складских комплексов сделала компания ООО «ДНС Девелопмент», инвестируя средства в крупнейший индустриально-промышленный парк «Авиаполис Янковский» [2]. Его застройка как транспортно-логистического комплекса началась с 2015 года и, закончившись в 2021 году, насчитывала 20 складов различных классов от В до А+, а общая площадь складских помещений составляла 164 тыс. кв. м, что в 2,2 раза больше, чем площадь всех пакгаузов за 1913 год. Ещё до официального открытия парка «Авиаполис Янковский» были арендованы до 40 000 кв. м такими компаниями как DNS, Спортмастер, Бубль-Гум, Samsung, М-видео, Kari, Деловые линии, JAY, Tarkett.



Рис. 2. Индустриально-промышленный парк «Авиаполис Янковский»

В 2017 году управляющая компания ООО «Мега» построила логистический комплекс площадью 13 тыс. кв. м в черте города Владивостока. Также продолжается развитие складских помещений вблизи Владивостокского морского торгового порта (ВМТП). В 2022 году были расширены открытые складские площадки на 19 тыс. кв. м для размещения 4200 автомобилей, что составляет 1100 новых машиномест. А 1 апреля 2023 года расширена открытая складская площадка для хранения контейнеров площадью 13,5 тыс. кв. м.

Компания ООО «Гамма» вместе со своим партнером ООО «Мега» приступила к возведению во Владивостоке логистического комплекса класса А площадью 11 тыс. кв. м с офисным помещением площадью 1 тыс. кв. м. Работа современного склада будет направлена на предприятия, переориентирующиеся с рынков Европы на Азиатские. Резидент свободного порта Владивосток (СПВ) планирует ввести объект в эксплуатацию в 2024 году.

С момента основания города Владивостока пищевая промышленность не стояла на месте. Первый в городе многоэтажный охлаждаемый склад был построен в 1910 году Владивостокским управлением Китайской военной железной дороги (КВЖД) [3]. В здании было 11 холодильных камер, рассчитанных на хранение 1080 тонн продукции. Кроме того, склад был оборудован лифтом грузоподъемностью в 750 килограмм. А в начале XXI века единая транспортно-логистическая группа компаний АО «Далькомхолод», с приобретением холодильного комплекса «Океанская», увеличил свои производственные мощности до 40 000 тонн единовременного хранения мороженой продукции.

Также транспортно-логистическая компания «Сухой Порт», расположенная в городе Артем, позволяет единовременно разместить и подключить до 100 рефрижераторных контейнеров, до тысячи 40-футовых контейнеров. Закрытые склады позволяют разместить 6 тыс. тонн рыбной продукции и до 18 тыс. тонн генеральных грузов на открытых складских площадках.

Складские площади класса А и В – это современные одноэтажные складские здания, построенные по последним технологиям, оснащенные системами пожарной и охранной сигнализации, автоматическими системами пожаротушения, вентиляцией и системой видеонаблюдения. Имеют высокие потолки (класс А – от 10 м, класс В от 6), ровный бетонный пол с антипылевым покрытием, с нагрузкой не менее 5 тонн/кв. м. Стоимость аренды таких помещений самая высокая.

Класс С и D – это, как правило, неотапливаемые ангары, подвальные помещения и сооружения гражданской обороны, без каких-либо современных систем, с высотой потолка от 4 метров. Таких площадей на рынке достаточно много, большинство из них пустуют, на них практически нет спроса, но, как правило, стоимость их ниже рыночной. Такие склады, если взять, например, режимное хранение, требуют больших инвестиций. Качественных больших складских помещений в Приморском крае заметно не хватает, данный сегмент рынка необходимо развивать.



Рис. 3. Холодильное складское помещение XX века

1. Николаевский сухой док во Владивостоке. – Текст: электронный. – URL: <https://primamedia.ru/story/dock/index.html>.

2. Янковский парк. – Текст: электронный. – URL: <https://yankovskypark.ru/#about>.

3. Исторический Владивосток, который мы потеряли. – Текст: электронный. – URL: <https://www.dv.kp.ru/daily/26229/3112482/>.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОСТАВОК АВТОЗАПЧАСТЕЙ И АВТОМОБИЛЕЙ ИЗ ЯПОНИИ

И.С. Величко

магистрант

О.В. Гриванова

канд. техн. наук, доцент

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

В данной статье рассматриваются перспективы развития автозапчастей и автомобилей из Японии. Целью данной работы является анализ возможных поставок автомобилей и автозапчастей из Японии. Также проведен анализ динамики цен на контрактные автозапчасти и автомобили без пробега по Российской Федерации. В данной статье были рассмотрены все возможные пути и способы поставок, обозначены альтернативные пути экспорта автозапчастей и Автомобилей на территорию РФ. Выбран оптимальный способ поставки.

Ключевые слова: автозапчасти, автомобили, контрактные, Япония, Российская Федерация.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF AUTO PARTS AND CARS FROM JAPAN

This article discusses the prospects for the development of auto parts and cars from Japan. The purpose of this work is to analyze possible deliveries of cars and auto parts from Japan. The analysis of the dynamics of prices for contract auto parts and cars without mileage in the Russian Federation was also carried out. In this article, all possible ways and methods of supply were considered, alternative ways of exporting auto parts and Cars to the territory of the Russian Federation were identified. The optimal delivery method has been selected.

Keywords: auto parts, cars, contract, Japan, Russian Federation, Russian Federation.

Актуальность рассмотрения темы перспективы развития поставок автомобилей и автозапчастей из Японии. На данный момент автомобиль стал неотъемлемой частью любого человека: из средства роскоши, автомобиль стал необходимостью. На настоящий момент в среднем на одну семью приходится один или несколько автомобилей. Японские автомобили всегда славились своей надежностью и комфортом. На данный момент наиболее востребованным способом покупки японских автомобилей являются японские аукционы. В связи с тем, что количество японских автомобилей на территории РФ растет с огромной скоростью, есть необходимость и в оригинальных автозапчастях.

Предметом исследования данной статьи является анализ японского рынка автомобилей и автозапчастей.

Целью данной статьи является выбор оптимального и выгодного способа поставок автомобилей и автозапчастей в настоящих условиях, рассмотрение вариантов поставок.

Проблема данной статьи заключается в том, что из-за нестабильного валютного курса стоимость автомобилей и автозапчастей достаточно непредсказуема, также Япония постепенно накладывает санкции для экспорта автомобилей и автозапчастей, в связи с чем возникает необходимость в рассмотрении альтернативных способов поставок.

Рассмотрим возможные варианты поставок автозапчастей из Японии. На данный момент существует всего три варианта [1]. А именно:

- распиленный автомобиль;
- конструктор и контейнерная;
- перевозка запчастей.

Распиленный автомобиль. Для того, чтобы избежать больших таможенных платежей, автомобиль распиливается на судне и проходит Таможенное оформление в РФ как запасные части. Данный способ долгое время являлся наиболее выгодным для транспортировки. В настоящий момент подобного рода манипуляции к реализации запрещены. Причиной послужила ситуация, произошедшая на корабле “Ангара”: в ходе распиливания автомобилей на судне возникло крупное возгорание, повлекшее за собой обширные убытки [2].

Данный вид перевозки осуществляется транспортным морским судном из Японии во Владивосток. По Японии автомобиль транспортируется на эвакуаторе. Затраты по перевозке автомобиля по Японии составляют в среднем от 3000 иен до 100 000 иен. Данный вид затрат зависит от расстояния до порта, с которого производится отправка. Затраты на фрахт в данном случае составляет 1400 долларов [5].

Рассмотрим основные преимущества: автомобили не разбирались приходили в собранном состоянии, автомобили доставляются без повреждений и данным метод является наиболее выгодным. Так как стоимость одного автомобиля при получении в России в среднем составляла 150 000 рублей без учета стоимости автомобиля. Изображение распиленного автомобиля приведено на рис. 1.



Рис. 1. Распил автомобиля

Конструктор. При использовании данного способа транспортировки автомобиль разбирается на корабле, демонтируются силовые агрегаты и передаются покупателю вместе с документацией: договором о приобретении авто-конструктора и таможенными декларациями на все агрегаты [4]. В данном случае автомобиль перевозится по территории Японии также на эвакуаторе. Стоимость перевозки зависит от расстояния от Аукциона до порта отправления, в среднем от 3000 иен до 150 000 иен. Затраты на фрахт 1700\$ [8]. Изображение авто-конструктора приведено на рис. 2.

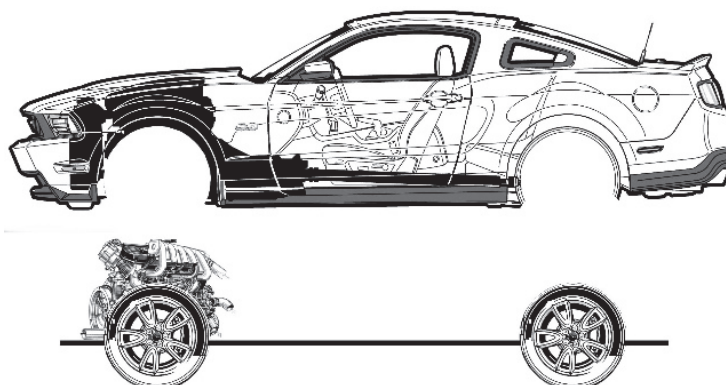


Рис. 2. Конструктор

Данный метод поставки запчастей обладает рядом преимуществ. Основными из них можно считать: целостность кузова, минимальная возможность повреждения запчастей. К недостаткам можно отнести стоимость услуг: данная перевозка является наиболее затратной, по сравнению с другими. Итоговая стоимость поставки запчастей таким образом составляет 200 000 тысяч рублей [6].

Контейнерная перевозка. Данный способ заключается в грузоперевозках с использованием стандартных контейнеров. Контейнерные перевозки также обладают рядом преимуществ: позволяют выполнять бесперегрузочную доставку товаров от отправителя к получателю, тем самым значительно сократив объем промежуточных погрузочно-разгрузочных работ. На данный вид перевозки не требуются дополнительные расходы на услуги эвакуатора, они входят в стоимость перевозки. Стоимость фрахта составляет – 9000\$. Также каждая кампания задает собственные тарифы на перевозку. В среднем сумма варьируется до 10 000 иен. Итоговая стоимость поставки запчастей таким образом составляет 700 00 рублей. Изображение контейнера представлено на рис. 3.



Рис. 3. Контейнер

Данный способ наиболее выгодный по причине того, что в один контейнер можно поместить 26 разобранных автомобилей. Стоимость таможенных услуг для одного автомобиля составляет 26 924 рубля. К недостаткам можно отнести тот факт, что запчасти приходят с повреждениями и требуется большая сумма для формирования контейнера, чтобы заполнить его полностью автомобильными запчастями.

Для того чтобы привезти автомобиль под полную пошлину, который можно будет эксплуатировать по дорогам общего пользования, существует один способ, и он напрямую зависит от валютного курса [7]. Величина таможенной пошлины напрямую зависит от даты производства транспортного средства, объема его двигателя, мощности, а в случае, если автомобиль новый (новыми считаются автомобили дата выпуска которых менее 3-х лет), то еще и от стоимости [9].

Рассмотрим разницу таможенного сбора на примере одного и того же автомобиля Suzuki Jimny один автомобиль старше семи лет, второй автомобиль до трех лет [3].

Данные расчета автомобиля старше семи лет приведены на рис. 4.

Таможенные платежи: единая таможенная ставка (ЕТС)

платеж	ставка	сумма (руб)
таможенные платежи *		
Таможенное оформление	1550 руб.	1550.00 руб.
Единая ставка	3.2 евро/см3	360758.11 руб.
Итого		362308.11 руб.
Утилизационный сбор	20000 руб. x 0.26	5200 руб.
Итого с утилизационным сбором		367508.11 руб.

Утилизационный сбор уплачивается согласно постановлению Правительства РФ N 1291 от 26 декабря 2013 года и постановлению правительства РФ N 81 от 6 февраля 2016 года по банковским реквизитам

для справки

Курс Евро	86.7207 руб. за 1 ЕВРО
Курс USD	79.3563 руб. за 1 ДОЛЛАР США
Курс валюты там. стоимости	1 руб. за 1 РУБЛЬ

* Указаны суммы платежей, рассчитанные по ставкам, утвержденным Таблицей 2 Приложения 2 к Решению Совета ЕЭК от 20.12.2017 N 107 "Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования" и Единым таможенным тарифом (ЕТТ) Евразийского экономического союза, утвержденным решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 года N 54

Обратите внимание! ООО "ТКС.РУ" занимается разработкой программных решений для таможенных брокеров и таможенных органов. ООО "ТКС.РУ" **не занимается** таможенным оформлением автомобилей, просим не звонить по этому вопросу!

по вопросам размещения рекламы обращайтесь по тел. в Санкт-Петербурге: (812) 449-50-61, email: reklama@tks.ru

Рис. 4. Расчет стоимости таможенного сбора Suzuki Jimny старше семи лет

Исходя из расчетов, полученных на официальном сайте, можно увидеть, что стоимость таможенного платежа составит 367 508 рублей. Данный расчет производился исходя из курса Евро 86.7 рублей, доллара 79.3 рубля.

Рассмотрим сумму платежа для автомобиля той же марки и модели, только годом выпуска до трех лет. Данные расчета стоимости для автомобиля младше трех лет приведены на рис. 5.

Исходя из расчетов, полученных на официальном сайте, можно увидеть, что стоимость таможенного платежа составит 286 792 рублей. Данный расчет производился исходя из курса Евро 86,7 рублей, доллара 79,3 рубля.

По полученным данным можно сделать вывод: чем младше автомобиль, тем выгодней для транспортировки из Японии.

Таможенные платежи: единая таможенная ставка (ЕТС)

платеж	ставка	сумма (руб)
таможенные платежи *		
Таможенное оформление	1550 руб.	1550.00 руб.
Единая ставка	54%, но не менее 2.5 евро/см ³	281842.27 руб.
Итого		283392.27 руб.
Утилизационный сбор	20000 руб. x 0.17	3400 руб.
Итого с утилизационным сбором		286792.27 руб.

Утилизационный сбор уплачивается согласно постановлению Правительства РФ N 1291 от 26 декабря 2013 года и постановлению правительства РФ N 81 от 6 февраля 2016 года по банковским реквизитам

для справки

Курс Евро	86.7207 руб. за 1 ЕВРО
Курс USD	79.3563 руб. за 1 ДОЛЛАР США
Курс валюты там. стоимости	1 руб. за 1 РУБЛЬ

* Указаны суммы платежей, рассчитанные по ставкам, утвержденным Таблицей 2 Приложения 2 к Решению Совета ЕЭК от 20.12.2017 N 107 "Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования" и Единым таможенным тарифом (ЕТТ) Евразийского экономического союза, утвержденным решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 года N 54

Обратите внимание! ООО "ТКС.РУ" занимается разработкой программных решений для таможенных брокеров и таможенных органов. ООО "ТКС.РУ" **не занимается** таможенным оформлением автомобилей, просим не звонить по этому вопросу!

по вопросам размещения рекламы обращайтесь по тел. в Санкт-Петербурге: (812) 449-50-61, email: reklama@tks.ru

Рис. 5. Расчет стоимости таможенного сбора Suzuki Jimny младше трех лет

Проведем анализ динамики стоимости автозапчастей с 2018 года по 2023 год. На примере автомобиля Suzuki Escudo в кузове TD54 с мотором J20A. Для анализа были выбраны следующие запчасти: капот, двигатель. Данные динамики цент представлены в табл. 1.

Таблица 1

Данные динамики стоимости автозапчастей с 2018 по 2023 года

Деталь, стоимость	Капот, рублей		Двигатель, рублей	
	2018	2019	2020	2021
2018	12000	13800	65000	76000
2019	13800	16000	97000	120000
2020	16000	17000	166900	212800
2021	16000	39000		
2022	17000			
2023	39000			

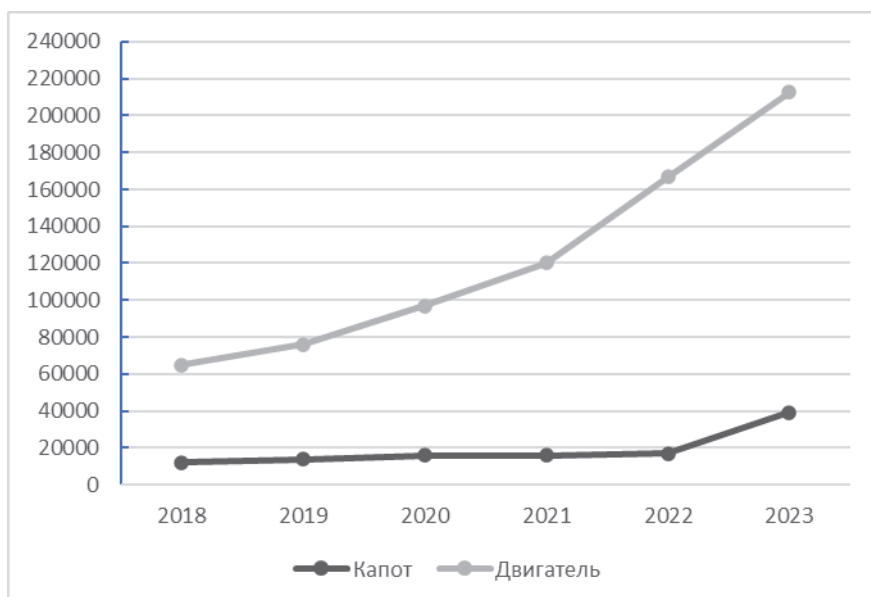


Рис. 6. Анализ динамики цен на автозапчасти

Графическое отображение анализа динамики цен на автозапчасти с 2018 по 2023 года приведено на рис. 6.

Исходя из полученных данных, можно видеть увеличение цен на автозапчасти из Японии в 3 раза.

Таблица 2

Сводные данные видов перевозок автозапчастей из Японии

Вид перевозки	Услуги транспортировки до порта отправления, иен	Фрахт, долларов	Итого, рублей	Итого за один автомобиль, рублей
Распиленный автомобиль	3000–100 000	1400	112 790–170 046	112 790–170 046
Авто-конструктор	3000–150 000	1700	136 580–223 349	136 580- 223 349
Контейнерная перевозка	10 000	9000	713 700	27 450

Проведя анализ возможных поставок автомобилей из Японии, можно сказать, что каждая из разновидностей поставок обладает характерными преимуществами и недостатками, в зависимости от объема транспортируемых автозапчастей, что влияет на итоговую стоимость услуг.

Востребованность японских автомобилей и автозапчастей не теряет своего высокого спроса, несмотря на рост цен, так как качество товаров значительно выше аналогов из других стран.

Что касается доставки автомобилей и автозапчастей из Японии, то при выборе способа доставки необходимо учитывать несколько факторов. Одним из основных факторов является стоимость доставки, которая может варьироваться в зависимости от выбранного способа. Таможенное оформление также является важным фактором, который следует учитывать, поскольку это может быть сложной и дорогостоящей процедурой. Поэтому важно тщательно изучить и сравнить варианты доставки, чтобы найти наиболее экономичный и эффективный метод.

1. Классификация грузов и оптимальные способы их доставки: сайт. – URL: https://imteks.online/?view=page&page_id=193 (дата обращения: 01.05.2023)

2. Автомобили под разбор : сайт. – URL: <http://www.koscom-trade.com/ru/service/disassembly/salvage-cars> (дата обращения: 01.05.2023)

3. Фрахт из Японии – Broker Pro – Брокер Про: сайт. – URL: <https://brokerpro.ru/international-logistics/freight/japan/> (дата обращения: 01.05.2023)

4. Запчасти для автомобилей: сайт. – URL: <http://mainlogist.com/vidy-perevozimyh-gruzov/zapchasti-dlya-avtomobilej/> (дата обращения: 01.05.2023)

5. Автозапчасти из Японии с доставкой в Россию: сайт. – URL: <https://mwtrade.ru/resheniya-dlya-gruza/avtozapchasti-iz-yaponii/> (дата обращения: 01.05.2023)
6. Доставка комплектующих и запчастей из Японии в Россию: сайт. – URL: <https://unilogist.com/gruzy/dostavka-zapchastej-i-komplektuuschikh/iz-yaponii/> (дата обращения: 01.05.2023)
7. Международная перевозка автомобилей из Японии: сайт. – URL: https://ved-line.ru/car_delivery_from_japan (дата обращения: 01.05.2023)
8. Перевозка запчастей из Японии в регионы России: сайт. – URL: <http://ruscustoms.eu/poleznoe/dostavka-avtomobilnyx-zapchastej-i-komplektuyushhix-iz-yaponii/> (дата обращения: 01.05.2023)
9. Таможенное оформление автомобилей из Японии. – Имтекс: сайт. – URL: https://imteks.online/?view=page&page_id=70 (дата обращения: 01.05.2023)

УДК 656.09

ТЕХНОЛОГИИ ОНЛАЙН-МОНИТОРИНГА МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ КОНТЕЙНЕРОВ

А.А. Пережогин, С.О. Горина, И.И. Шабалин
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Актуальность заключается в получении реальной информации о местоположении груза в режиме онлайн. Для использования технологии онлайн-мониторинга местоположения контейнеров необходимо оснастить контейнеры специальными датчиками и установить GPS-навигационные приборы. Системы онлайн-мониторинга местоположения контейнеров имеют несколько преимуществ перед традиционными методами отслеживания грузов, такими как использование бумажных документов или простой механический мониторинг. Они позволяют получать более точную и надежную информацию о местоположении грузов в режиме реального времени, что упрощает процесс планирования и управления логистическими процессами.

Ключевые слова: технология онлайн-мониторинга, отслеживание, мониторинг, планирование, управление, логистические процессы.

TECHNOLOGIES FOR ONLINE MONITORING OF THE LOCATION OF CONTAINERS

The relevance lies in obtaining real information about the location of the cargo online. To use the technology of online monitoring of the location of containers, it is necessary to equip the containers with special sensors and install GPS navigation devices. Online container tracking systems have several advantages over traditional cargo tracking methods, such as the use of paper documents or simple mechanical monitoring. They allow you to get more accurate and reliable information about the location of goods in real time, which simplifies the process of planning and managing logistics processes.

Keywords: online monitoring technology, tracking, monitoring, planning, management, logistics processes.

Технология онлайн мониторинга местоположения контейнеров – эта технология позволяет получать реальную информацию о местоположении груза в режиме онлайн. Для использования технологии онлайн-мониторинга местоположения контейнеров необходимо оснастить контейнеры специальными датчиками и установить GPS-навигационные приборы

Проведя анализ мы нашли два типа онлайн-мониторинга местоположения контейнеров: спутниковое отслеживание, а также отслеживание с помощью вышек сотовой связи.

Для начала расскажем о спутниковом отслеживании. Спутниковое отслеживание за транспортным средством работает 24 часа независимо от местоположения, может работать в городе или в безжизненной пустыне или даже среди океана, важен только доступ к спутниковой системе. В зависимости от устройства, будь это простой смартфон, GPS-трекер для транс-

портного средства или военный беспилотный аппарат, устройство GPS-модуля одновременно подключается к нескольким спутникам и путем простого геометрического расчета рассчитывает местоположение на поверхности земли. Модуль GPS – трекер система спутникового мониторинга автотранспорта. Это может быть небольшое устройство, которое можно вставить в транспортное средство или в датчики с отдельными антеннами для лучшей точности работы, в виде электронных пломб или даже существуют такие, которые могут подключиться к OBD2 разъемам автомобиля и получить данные от бортового компьютера транспорта. Эти датчики нам дадут очень много информации, вплоть до давления в шинах, описание поломки и ошибки в двигателе. Затем собранные данные собираются, где эти данные обрабатываются и хранятся. Через веб-интерфейс логистическая компания может получать доступ к информации о местоположении и состоянии контейнеров в режиме реального времени, а также анализировать полученную информацию, чтобы получить более оптимальные маршруты и сократить время доставки. Кроме того, онлайн-мониторинг местоположения контейнеров позволяет снизить риски, связанные с кражами грузов и повреждениями в процессе транспортировки. Он также облегчает процесс страхования грузов. Системы онлайн-мониторинга местоположения контейнеров имеют несколько преимуществ перед традиционными методами отслеживания грузов, такими как использование бумажных документов или простой механический мониторинг. Они позволяют получать более точную и надежную информацию о местоположении грузов в режиме реального времени, что упрощает процесс планирования и управления логистическими процессами.

Отслеживание местоположения через сотовую вышку – это способ определения местоположения через триангуляцию с помощью ближайшей сотовой вышки. Обычно используется только внутри города, где хорошее покрытие сотовой связи. Данный способ может быть полезен для приложений похожих на UBER или мобильного приложения доставки еды и груза внутри города. Из недостатков можно назвать тот факт, что если сотовая связь не доступна, например, человек находится на парковке, то данные координат могут быть неверные. Преимущество данного способа в том, что он намного меньше тратит ресурс батареи устройства и не нуждается в спутниковом подключении через GPS. С помощью спутниковых систем и мобильных устройств можно отслеживать перемещение грузовых контейнеров, но использование вышек сотовой связи позволяет осуществлять мониторинг движения грузов в реальном времени. Эта технология позволяет контролировать местоположение контейнеров с высокой точностью и дает возможность быстро реагировать на любые изменения в статусе груза. Также вышки сотовой связи позволяют контролировать состояние товаров внутри грузовых контейнеров. С помощью датчиков температуры, влажности и других параметров можно отслеживать условия хранения грузов и их соответствие определенным стандартам качества. Использование вышек сотовой связи для мониторинга транспорта также позволяет снизить затраты на логистику. Нет необходимости платить за специальное оборудование и определенные услуги связи – ведь вышки используются как часть уже существующей инфраструктуры мобильной связи. В целом, использование вышек сотовой связи для мониторинга грузовых контейнеров – это надежный и эффективный способ улучшить управление логистическими процессами. Он позволяет быстро реагировать на любые изменения в перевозке грузов и создает комфортные условия для компаний, занимающихся логистикой и транспортировкой товаров.

Возвращаясь к типу спутникового отслеживания могу привести в пример технологию iBeacon. iBeacon – это технология отслеживания морских контейнеров на базе Bluetooth. Принцип ее работы строится на радиомаяках BLE, которые размещаются на каждом объекте. По территории склада устанавливаются специальные считывающие устройства, которые улавливают сигналы от маячков и направляют полученную информацию на сервер. После обработки данных пользователи могут определить местоположение груза внутри склада или судна с точностью от 1 до 3 метров. Доступ к расположению контейнера можно получить посредством мобильного приложения, которое помогает строить интерактивные карты и прокладывать маршруты к нужным объектам. Платформа предоставляет данные не только о размещении, но и о времени погрузки, изменении статуса груза, наличии свободных контейнеров, что позволяет руководству оптимизировать работу логистического центра. При внедрении в инфраструктуру предприятия система iBeacon выполняет такие функции: отслеживание контейнеров в реальном времени; получение информации о грузе; сбор статистических данных о трафике; распределение задач между персоналом; уведомление об инцидентах; опреде-

ление местоположения сотрудников. Система может отслеживать как контейнеры с грузом, так и оборудование на предприятии (краны, поддоны, грузовые тележки и др.).

Сравнивая Спутниковое отслеживание местоположения контейнеров является более точным и надежным, так как использует спутники для определения координат. Однако оно может быть более дорогостоящим из-за стоимости оборудования и подписки на спутниковые службы. Отслеживание с помощью сотовых вышек более дешевое, так как использует существующую инфраструктуру сотовых сетей. Однако местоположение может быть менее точным в зависимости от плотности сотовых вышек и окружающей местности. Также, в отдаленных или экзотических местах связь может быть нестабильной или отсутствовать совсем, что приводит к потере контейнера. В целом, выбор между спутниковым и отслеживанием с помощью сотовых вышек зависит от потребностей и бюджета компании, а также того, как часто контейнеры переносятся в различные места. Если точность и надежность критически важны, то следует рассмотреть спутниковый вариант. Если снижение издержек и поддержание связи с контейнерами в реальном времени не так важны, отслеживание с помощью сотовых вышек может быть более подходящим выбором.

В России есть несколько использующих «iBeacon» такие как «ДА-ТРАНС», «ТТГ», «Со-груз», «100 дорог», «СНГ Логистик», «ГЛТ», «Trasko», «ВЛ Лоджистик», «ЖелДорЭкспедиция». Одним из примеров успешной реализации технологии онлайн-мониторинга местоположения контейнеров в России является компания "ТрансКонтейнер". Она является одной из крупнейших транспортных компаний в России и использует технологию онлайн-мониторинга для управления своими контейнерными перевозками. Компания "ТрансКонтейнер" использует GPS-трекеры на своих контейнерах для отслеживания местоположения грузов. Это позволяет компании точно определять местонахождение контейнеров и управлять их перемещением на протяжении всего пути следования. Кроме того, технология онлайн-мониторинга помогает компании повысить эффективность своих операций и сократить время на обработку заказов и доставку грузов. В рамках реализации проекта компания "ТрансКонтейнер" установила более 14 тысяч GPS-трекеров на своих контейнерах. Каждый из них позволяет отслеживать местоположение контейнера и получать информацию о его состоянии в режиме реального времени. Компания также разработала специальный веб-интерфейс, который позволяет клиентам получать доступ к информации о местоположении и состоянии своих грузов. Отсюда можно сделать вывод что они используют технологию «iBeacon». Так как это самая оптимальная и многофункциональная технология из всех выше представленных.

Подводя итоги, можно сказать, что проведя сравнение можно сделать вывод, что технология онлайн-мониторинга местоположения контейнеров имеет множество преимуществ. Во-первых, она позволяет точно определять местоположение контейнера и получать информацию о его перемещении в режиме реального времени. Во-вторых, она помогает сократить время на поиск и управление грузами, что улучшает производительность и экономит ресурсы. В-третьих, она обеспечивает более высокую степень безопасности грузов, так как логистическая компания может отслеживать перемещение контейнеров и реагировать на любые возможные проблемы. Это упрощает процесс отслеживания груза и повышает эффективность логистических процессов. Однако, технология онлайн-мониторинга местоположения контейнеров также имеет некоторые ограничения и недостатки. Например, ее применение может быть дороже, чем использование традиционных методов отслеживания грузов, и требует более высокой квалификации персонала. Кроме того, возможны проблемы с работой GPS-навигационных приборов в зонах с плохим приемом сигнала или внутри зданий.

1. Отслеживание морских контейнеров и грузов в логистике. – Текст: электронный. – URL: <https://nvgn.ru/blog/otslezhivanie-morskix-kontejnerov-i-gruzov-v-logistike/> (дата обращения: 10.03.2023)

2. Лучшие десять систем мониторинга в области контейнеров. – Текст: электронный. – URL: <https://russianblogs.com/article/16762362538/> (дата обращения: 10.03.2023)

3. Объяснение контейнеризации: лучшие инструменты и решения для мониторинга контейнеров в 2020 году. – Текст: электронный. – URL: <https://www.informatique-mania.com/ru/linternet/la-conteneurisation-expliquee-les-meilleurs-outils-et-solutions-de-surveillance-des-conteneurs-en-2020/> (дата обращения: 10.03.2023)

4. Технологии локального позиционирования Local positioning technologies. – Текст: электронный. – URL: <http://tsonline.ru/articles2/fix-corp/tehnologii-lokalnogo-pozitsionirovaniya> (дата обращения: 10.03.2023)

5. GPS-мониторинг грузовых контейнеров. – Текст: электронный. – URL: <https://habr.com/ru/post/234293/> (дата обращения: 10.03.2023)
6. Мониторинг контейнеров и прицепов. – Текст: электронный. – URL: <https://gurtam.com/ru/blog/monitoring-kontejnerov-i-pricerov-s-tetis-i-wialon> (дата обращения: 10.03.2023)
7. Мониторинг эксплуатации грузовых контейнеров. – Текст: электронный. – URL: <https://geosmt.ru/cases/monitoring-ekspluataczii-gruzovyh-kontejnerov/> (дата обращения: 10.03.2023)
8. Виртуальные машины, контейнеры и «голое железо». – Текст: электронный. – URL: <https://itelon.ru/blog/konteynery/> (дата обращения: 10.03.2023)
9. Отслеживание груза. – Текст: электронный. – URL: <https://lmove.ru/otslezhivanie-gruza> (дата обращения: 10.03.2023)
10. Рейтинг транспортных компаний России 2023. – Текст: электронный. – URL: <https://maintransport.ru/transportnye-kompanii> (дата обращения: 10.03.2023)

УДК 330.34

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «ПРИМТРАНСФЕР»

Г.М. Катамадзе
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье исследованы факторы работ в сфере логистики, оказывающие воздействие на организационную среду ООО «ПРИМТРАНСФЕР». Анализ среды воздействующих на рынок компании, дает возможность в развитии организации, с учетом имеющихся конкурентов.

Ключевые слова: макросреда, конкурентоспособность организации, SNW-анализ, PEST-анализ.

ANALYSIS OF TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE LOGISTICS INDUSTRY, AFFECTING THE ACTIVITIES OF LLC MC "PRIMTRANSFER"

The article examines the factors of work in the field of logistics that affect the organizational environment of LLC MC «PRIMTRANSFER». Analysis of the environment influencing the market of the company, makes it possible in the development of the organization, taking into account existing competitors.

Keywords: macroenvironment, organization competitiveness, SNW-analysis, PEST-analysis.

Развитая транспортная инфраструктура Владивостока включает в себя автомобильные и железные дороги, авиалинии, дополняющие друг друга и взаимодействующие в перевозке грузов и пассажиров.

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ основу дорожной сети Владивостока, по состоянию на 31.12.2021 г., составляют автомобильные дороги общего пользования протяженностью 16541,7 км. Ежегодно по маршрутам общего пользования автомобильным пассажирским транспортом перевозится более 180 миллионов пассажиров.

Проанализируем показатель «плотность путей сообщения». По плотности автомобильных дорог область занимает 11 место среди регионов России. Густота железнодорожных путей на 10 тыс. кв. км по Владивостока составляет 314 км путей, что в 6 раз больше, чем в среднем по Российской Федерации. Общая протяженность железнодорожной сети составляет 757 км, порядка половины электрифицировано, что позволяет снизить стоимость перевозок грузов железнодорожным транспортом. Проведем анализ динамики показателя «плотность сети путей сообщения», в динамике трех последних лет, который характеризует обеспеченность территории транспортными путями.

Уровень транспортного обслуживания хозяйствующих субъектов и населения зависит от протяженности сети путей сообщения, их пропускной, провозной способности, конфигурации, размещения транспортных линий и других факторов. Очевидно, что данный показатель тем выше, чем более развита сеть путей сообщения.

Как мы видим из таблицы 1 плотность путей сообщения (на конец года: км путей на 1000 квадратных километров территории) относительно значительно увеличилась на конец 2021 г. по показателю «Автомобильные дороги с твердым покрытием общего пользования»: +5,8 км, остальные показатели изменялись не значительно.

Таблица 1

Плотность путей сообщения

Пути сообщения	2019	2020	2021	Отклонения+/-	
				2020-2019	2021-2020
Железнодорожные пути:					
– общего пользования	31,5	31,5	31,5	0	0
– не общего пользования	10,8	10,5	10,7	-0,3	+0,2
Автомобильные дороги с твердым покрытием:					
– общего пользования	520,1	527,6	533,5	+7,5	+5,9
– не общего пользования	38,8	37,9	37,5	-0,9	-0,4

Для представления о росте нагрузки на дороги общего пользования проанализируем наличие автомобильного транспорта в динамике трех последних лет и составим табл. 2.

Таблица 2

Наличие автомобильного транспорта на конец года

Показатели	2019	2020	2021	Отклонения +/-	
				2020–2019	2021–2020
Наличие автотранспортных средств – всего	445577	462162	479934	+16585(+3,7%)	+17772(+3,8%)
в том числе:					
грузовые автомобили, пикапы и легковые фургоны	60695	62802	65506	+2107(3,5%)	+2704(+4,3%)
автобусы	10239	10487	10766	+248(+2,4%)	+279(+2,7%)
легковые автомобили	374643	388873	403662	+14230(+3,8%)	+14789(+3,8%)

Анализ наличия автомобильного транспорта показал, что в течение трех последних лет этот показатель растет: в 2020 г. на +3,7%, в 2021 г. на 3,8%. Автор считает, что данный показатель необходимо учитывать при плановых расчетах затрат на ремонт дорог.

Таким образом, в целом анализ основных показателей дорожного хозяйства Владивостока за период 2016–2018гг. показывает положительную динамику развития транспортного комплекса.

При SNW-анализе компании оценивается состояние внутренней среды предприятия по ряду позиций. Каждая позиция получает одну из трех оценок: сильная (Strength); нейтральная (Neutral); слабая (Weakness). В данном анализе эффективности проведено сравнение. Данная компания является эталоном, функционирующая на протяжении длительного времени, зарекомендовав себя как надежное предприятие.

SNW-анализ ООО «Примтрансфер»

Наименование стратегической уровень позиции	Качественная оценка предприятия позиции		
	S (сильная)	N (нейтральная)	W (слабая)
1 Стратегия организации		X	
2 Организационная структура		X	
3 Общее финансовое положение, принцип в том числе:			
3.1 Состояние текущего баланса			X
3.2 Уровень бухучета			X
3.3 Финансовая структура		X	
3.4 Уровень финансового менеджмента			X
4 Конкурентоспособность продукции			X
5 Структура затрат (уровень себестоимости)		X	
6 Информационная технология		X	
7 Инновации, как способность к реализации на рынке новых продуктов			X
8 Способность к лидерству в целом (как синтез субъективных страхование и объективных факторов), составила в том числе:		X	
8.1 Способность к лидерству 1-го лица		X	
8.2 Способность к лидерству всего персонала		X	
8.3 Способность к лидерству как совокупность объективных факторов		X	
9 Уровень производства (в целом), в том числе:		X	
9.1 качество материальной базы		X	
9.2 качество инженеров (ключевых производственных специалистов)		X	
9.3 качество рабочих (основное производство)		X	
10 Уровень маркетинга	X		
11 Уровень менеджмента (способность обеспечить рыночный успех)	X		
12 Качество персонала (в целом)		X	
13 Репутация на рынке		X	
14 Репутация как работодателя		X	
15 Отношение к органам власти (в целом)		X	

Таким образом, опираясь на SNW-анализ деятельности ООО «Примтрансфер» следует подвести своеобразный итог: компания стабильна в своем развитии, с постоянной периодичностью расширяет спектр своих услуг, открывает для себя новые возможности для роста, завоевывает расположение туристов и проводит грамотную имиджевую политику.

PEST-анализ – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), отношение социальных (Social) и система технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании.

PESTLE-анализ ООО «Примтрансфер»

Факторы внешней среды	Относительность влияния значимости факторов				Влияние на стратегию компании
	По времени *	По типу **	По динамике***	Относительная значимость факторы****	
Р. Политические	N/F	+	>	UNIP ORTANT	несовершенство законодательства в сфере туристической отрасли
	N/F	+	=	+VEY IMPORTANT	государственная поддержка внутреннего туризма и туристической отрасли
Е. Экономические	N/F	+	>	+VEY IMPORTANT	снижение доходов населения, снижение спроса на внешние туристические услуги
	N/F	+	=	+VEY IMPORTANT	увеличение цен на авиабилеты, гостиничный сервис
Т Технологические L Правовые	N/F	+	>	+VEY IMPORTANT	высокий уровень обслуживания клиентов
	N/F	+	>	+VEY IMPORTANT	законодательство в сфере туристической области постоянно совершенствуется
Е Правовые	N/F	+	>	+VEY IMPORTANT	существует пробелы в законодательстве в конкурентной отрасли

Суммарная взвешенная оценка равна 4,35. Это говорит о том, что макросреда оказывает сильное влияние на ООО «Примтрансфер». PESTLE анализ ООО «Примтрансфер» позволил выявить формирование влияния факторов внешней среды и международное влияние.

Проанализировав полученные результаты, можно сказать следующее. Организация ООО УК «ПРИМТРАНСФЕР» занимает устойчивое положение среди конкурентов.

Анализ маркетинговой деятельности организации показал, что сильными сторонами ООО «Примтрансфер» являются увеличение постоянного числа клиентов, позволит выйти на рынки других регионов, участвовать в государственных тендерах.

1. Бусов В.И. Управленческие решения: учебник для академического бакалавриата. – Москва: Юрайт, 2020. – 254 с.

2. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебник. – Москва: Проспект, 2017. – 320 с.

3. Воропаев С.Н., Ермохин В.Д. Менеджмент: учебное пособие / Международная ассоциация «Агрообразование». – Москва: КолосС, 2017. – 246 с.

4. Глухов В.В. Менеджмент: для экономических специальностей. – Санкт-Петербург: Питер Пресс, 2017. – 600 с.

УДК 65.01

БЕНЧМАРКИНГ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ПРОЦЕДУРЫ

Е.А. Кирик, Г.Т. Петросян, А.А. Гарайкина
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В условиях глобализации предприятия переживают немало трудностей, пытаются быть конкурентоспособными как на национальном, так и на международном уровне. Бенчмаркинг как новый современный инструмент конкурентной борьбы и метод управления

бизнесом позволят предприятиям совершенствоваться, взаимодействуя с другими игроками рынка, выявляя инструменты превосходства, целенаправленно внедряя их в свою деятельность и лучше используя потенциал роста.

Ключевые слова: бенчмаркинг, виды бенчмаркинга, сущность бенчмаркинга, анализ, конкурентоспособность.

BENCHMARKING: THE ESSENCE, TYPES AND PROCEDURES

In the context of globalization, enterprises are experiencing a lot of difficulties trying to be competitive both at the national and international level. Benchmarking as a new modern tool of competition and a method of business management will allow enterprises to improve by interacting with other market players, identifying tools of excellence, purposefully introducing them into their activities and better using the growth potential.

Keywords: benchmarking, types of benchmarking, the essence of benchmarking, analysis, competitiveness.

Цель: Изучить основные понятия бенчмаркинга, сущность, виды и процедуры.

Для решения этой цели были поставлены следующие задачи

1. Изучить основные понятия и сущность бенчмаркинга.
2. Изучить виды бенчмаркинга.
3. Рассмотреть основные модели бенчмаркинга.
4. Изучить факторы успеха бенчмаркинга.

Методы исследования: Были анализированы учебные пособия, статьи, монографии, доклады по бенчмаркингу.

С мировым рынком все больше компаний сталкиваются с конкуренцией со стороны зарубежных компаний. Бенчмаркинг позволяет изучить лучшие международные практики и адаптировать их к своим условиям. Также бенчмаркинг выявляет лидера (ориентира) в той или иной сфере услуг и товаропроизводства. - Выявив такого лидера малые компании смогут «перестроить» свою деятельность, направив свои наблюдения и опыт в более эффективную часть производства.

Введение

Чтобы решить поставленные задачи и достичь до цели нужно сначала понимать, что такое же бенчмаркинг.

Бенчмаркинг или поиск лучших практик в сфере бизнеса является стратегическим инструментом управления, который может помочь компании определить свое положение на рынке и выявить точки роста в отношении к своим конкурентам. Суть бенчмаркинга заключается в сравнении показателей деятельности с другими компаниями, работающими в той же отрасли, и взятии лучших практик для улучшения производительности бизнеса.

Таблица 1

Виды бенчмаркинга

Виды бенчмаркинга	Сущность
Конкурентный бенчмаркинг	Сравнение с прямыми конкурентами. Он позволяет определить тенденции развития в вашей отрасли и выявить причины успеха конкурентов. Например, если вы хотите пересмотреть свою ценовую политику, вы можете проанализировать, каким образом ваши конкуренты устанавливают цены.
Отраслевой бенчмаркинг	Сравнение с компаниями, которые работают в той же отрасли вне зависимости от того, являются ли они вашими прямыми конкурентами или нет.
Общий бенчмаркинг	Характеризуется межотраслевым сравнением процессов, стратегий и методов. Среди всех существующих компаний выбирают те, которые показывают наилучшие результаты
Глобальный бенчмаркинг	Предполагает сравнение с компаниями по всему миру вне зависимости от национальных границ. Часто в этом помогают международные организации.
Процессный бенчмаркинг	Анализ и сравнение отдельных процессов внутри компании или между разными организациями. Это могут быть как рабочие процессы, вроде организации работы в офисе, так и процессы, связанные с производством продукта.

Виды бенчмаркинга	Сущность
Функциональный бенчмаркинг	Сравнение фокусируется на определенной функции внутри компании, например дистрибуции или логистике.
Стратегический бенчмаркинг	Сравнение бизнес-стратегии и бизнес-модели вашей компании со стратегиями и моделями высокоэффективных компаний.
Сравнительный бенчмаркинг	Включает в себя сбор и сравнение показателей эффективности, например конверсии сайта или годовой выручки.

Основные модели бенчмаркинга

Модели бенчмаркинга делятся на две группы:

Модели из частного сектора

«Колесо бенчмаркинга», цикл Деминга-Шухарта, «20 ключей» Кабоаиси, модель Роберта Кэмпбелла (Хегах), пяти-фазная модель компании IBM, 33-х ступенчатая модель компании Weyerhaeuser

Модели из государственного сектора

Общая схема оценки (CAF), модель EFQM для государственных учреждений, российская система ЭПУС (аналог CAF).

Процесс бенчмаркинга основан на модели «Колесо бенчмаркинга»:

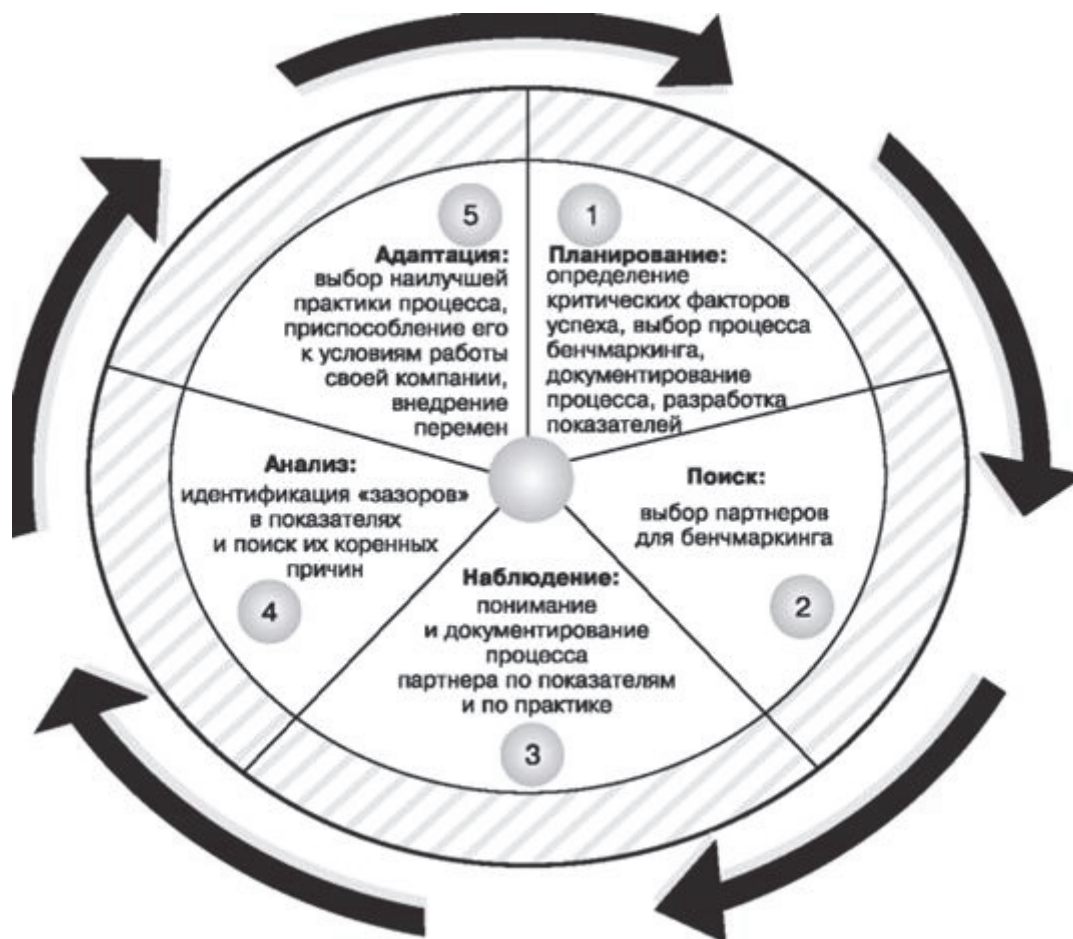


Рис. 1. «Колесо бенчмаркинга»

Цикл Деминга-Шухарта (Цикл PDCA) – это известная модель в бенчмаркинге непрерывного улучшения процессов; 1) планируй; 2) делай; 3) проверяй; 4) воздействуй.



Рис. 2. Цикл PDCA

Модель EFQM (European Foundation for Quality Management) – это модель Европейского фонда управления качеством, которая призвана стимулировать организации улучшать качество выпускаемой продукции и качество управления. Этот фонд был организован в 1987 году 14 ведущими европейскими компаниями. Данная модель активно применяется в сфере образования.

Факторы успеха

1. Факторы успеха процесса бенчмаркинга можно классифицировать следующим образом:

1.1. Внешние факторы:

- потенциальный спрос на рынке;
- степень удовлетворения запросов международных рынков;
- прогнозирование развития организационного потенциала;
- административные барьеры;
- соблюдение стандартов качества продуктов;
- бюджетные ограничения.

1.2. Внутренние факторы:

- психологический климат в системе бенчмаркинга;
- эффективный организационный потенциал;
- внедрение новых управленческих технологий бенчмаркинга;
- творческий подход к использованию бенчмаркинга

Итак, давайте разберем некоторые из них:

1. **Потенциальный спрос** – это максимально возможный размер спроса, который могут предъявить потенциальные потребители той или иной продукции. Обычно он измеряется стоимостью продаж или объемом продаж. Следовательно, это относится к максимальному объему продаж любого продукта или услуги на данном рынке до того, как продукт или услуга достигнут насыщения рынка.

2. Соблюдение стандартов качества продуктов

Государственный стандарт качества представляет собой нормативный документ, в котором содержится список нормируемых показателей и методов контроля качества. Перед включением в стандарт все показатели и методы утверждаются в соответствующем контролирующем органе. Свои стандарты разрабатываются для каждого продукта. Любой товар имеет набор свойств, обеспечивающих способность к удовлетворению потребностей покупателя, и оказывает определенное влияние на окружающую среду при производстве и эксплуатации.

Заключение

Применение бенчмаркинга может привести к улучшению производительности, увеличению эффективности, расширению рынков сбыта, снижению издержек, в конечном счете, увеличению социальных и экономических показателей компаний.

Однако поведение бенчмаркинга может быть сложным и трудоемким процессом, требующим значительных ресурсов и времени. Кроме того, не все компании могут быть сравнимы по одним и тем же критериям, так как у них могут быть разные цели и стратегии.

Тем не менее, бенчмаркинг все еще является эффективным инструментом управления, который может помочь компаниям улучшать свои бизнес-процессы, повысить качество продукции и услуг, и стать более конкурентоспособными на рынке.

1. Проблематика. – URL: https://logirus.ru/articles/ved/tamozhnya-_sanktsii-_importery-_chto_izmenilos.html
2. Перспективы и проблемы развития транспорта. – URL: <https://moluch.ru/archive/89/18307/>
3. Сайт ДА-ТРАНС. – URL: <https://слтк.пф/tarif/tarify-na-perevozkuz-gruza-furami>
4. РГ групп. – URL: <https://www.rgg.ru>
5. Грузовое путешествие. – URL: <https://mytransit.ru/?u>
6. СДЭК. – URL: <https://www.cdek.ru/ru/>
7. Развитие логистических компаний Приморского края. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-logisticheskikh-predpriyatij-v-primorskom-krae>

УДК 656.02

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА ЛОГИСТИКУ ЗА СЧЁТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЮМИНИЯ ПРИ ИЗГОТОВЛЕНИИ КОНТЕЙНЕРОВ

А.Р. Осипов

бакалавр

Г.И. Попова

старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В данной статье рассматривается сравнительный анализ и рассматриваются преимущества использования алюминиевых контейнеров вместо стальных. Сформированы основные проблемы во время эксплуатации стальных контейнеров и выделены преимущества замены стальных контейнеров алюминиевыми контейнерами. Рассматриваются изменение ценообразования за использование алюминиевого и стального контейнера в перевозках и какие факторы влияют на ценообразование.

Ключевые слова: *алюминиевый контейнер, стальной контейнер, стоимость.*

REDUCED LOGISTICS COSTS THROUGH THE USE OF ALUMINUM IN THE MANUFACTURE OF CONTAINERS

This article reviews the comparative analysis and discusses the advantages of using aluminum containers instead of steel. The main problems during the operation of steel containers are formed and the advantages of replacing steel containers with aluminum containers are highlighted. The change in pricing for the use of aluminum and steel containers in transportation and what factors affect pricing are considered.

Keywords: *aluminum container, steel container, cost.*

В мире логистики контейнеры играют важную роль для транспортировки транспорта, сборных грузов, наливных грузов, насыпных грузов, оборудования и т.п. Контейнеры перево-

зят разными видами транспорта: морским, дорожным и железнодорожным. Контейнеры позволяют защитить груз от внешнего воздействия, сохраняя груз в целом состоянии. Разные типы контейнеров позволяют перевозить грузы, которые не могут поместиться в стандартный контейнер из-за различий в габаритах. Благодаря контейнерам появилась возможность транспортировать грузы интермодальными перевозками, то есть перевозить контейнер не только с помощью железной дороги, но и поместить его на судно и отправить его до грузополучателя на другой материк.

На сегодняшний день стальные контейнеры широко используются для транспортировки грузов по всему миру. Стандарты ISO на контейнеры появились в 1968–1970 годы [1]. Для перемещения контейнеров используют краны, чтобы поместить контейнер на судно или поставить на контейнеровоз. Каждый год тарифы за морскую грузоперевозку растут, как и спрос на перевозку водным транспортом. Цена за перевозку контейнера складывается от расстояния, типа контейнера, веса груза и контейнера. Сокращая или изменяя какой-либо из параметров, цена за перевозку будет меняться.

Китай занимает лидирующее место по производству контейнеров за 2020 по 2021 год, а именно более 90% всего мирового рынка грузовых контейнеров [2].

В 2022 году стальные контейнеры стоили 3,5 тысяч долларов на TEU, в начале 2020 году цена достигала 1,8 тысяч долларов, а в конце 2,5 тысяч долларов. За 2021 год цена за стальные контейнеры от 2 тысячи долларов США до 2,9 тысяч [3].

Стальные контейнеры являются прочными, дешёвыми и долговечными, однако со временем они могут изнашиваться и терять свою целостность из-за коррозии, высоких нагрузок на металл, воздействий окружающей среды и тому подобное.

Одним из наиболее распространенных причин изнашивания стальных контейнеров является коррозия. Сталь, из которой состоит контейнер подвергается окислению под воздействием воды, соли, влажности и других факторов. Если на поверхности контейнера появляются пятна коррозии, то это может привести к образованию трещин, прорывом металла и поломке конструкции.

Другой немало распространенной причиной изнашивания стального контейнера является нагрузка. Контейнеры часто используют для транспортировки тяжелых грузов, таких как машины, станки, камни и другие, что может приводить к деформации и повреждению конструкции. Деформация металла приводит к появлению микротрещин, которые со временем образуются в более большие трещины, что может повлечь за собой прорывом металла и поломке конструкции. Кроме того, при затаривании груза необходимо следить, чтобы вес распределялся равномерно, из-за неравномерного распределения веса, на металл будет воздействовать разная сила тяжести, и нагрузка на металл будет разной, что также может привести к деформации контейнера.

Перевозка опасных грузов, или транспортировка жидких грузов в некачественной или бракованной упаковке может ускорить процесс изнашивания контейнеров. Также следует помнить, что существуют товары, которые требуют определенных условий к транспортировке. Несоблюдение условий транспортировке может повлечь за собой не только к порче перевозимого товара, но и самого контейнера.

Также изнашивание может происходить из-за воздействия окружающей среды, включая высокие и низкие температуры, солнечные излучения, сильные ветры и снег. Если контейнер уже имел микротрещины, коррозию или другие повреждения, то из-за высокой температуры металл расширяется и степень повреждения возрастет, что ускорит изнашивание стального контейнера.

Однако, большинство изношенных контейнеров можно отремонтировать и продлить срок эксплуатации на несколько лет. Важно отметить, что изнашивание контейнеров может быть снижено если следовать правилам эксплуатации. Например, необходимо следить за состоянием покрытия контейнера, так как мельчайшие повреждения могут привести к образованию коррозии или к большим повреждениям поверхности, а также следить за тем, чтобы загрузка контейнера не превышала допустимых пределов по весу. Кроме того, контейнеры следует регулярно обслуживать, и проводить необходимые ремонтные работы.

Средняя продолжительность службы стального грузового контейнера может варьироваться в зависимости от ряда факторов, однако жизненный цикл составляет от 10 до 12 лет. При правильном и должном уходе, а также соблюдении всех мер осторожности при транспорти-

ровке груза и условий, соответствующих стандартам эксплуатации, контейнер может прослужить дольше.

Вес стальных контейнеров 20 DC и 40 DC равен 2200 кг и 3800 кг. Вес контейнера может влиять на стоимость перевозки, поскольку он определяет количество груза, которое может быть перевезено за единицу времени и объем, занимаемый контейнером на транспорте. Более тяжелые контейнеры могут потребовать более крупных и мощных транспортных средств, что может увеличить стоимость перевозки.

Стоимость утилизации стального контейнера может варьироваться от различных факторов, таких как регион, размер контейнера, условия и место утилизации. Ориентировочная стоимость утилизация стального 20 футового контейнера может составлять от 3000 до 8000 рублей. Однако цена может быть выше, если необходима специальная обработка или разборка контейнера на металлолом, или ранее перевезенные опасные вещества могут тоже повлиять на стоимость утилизации контейнера.

Продолжительность службы алюминиевого контейнера также зависит от ряда факторов, включая условия эксплуатации, заботы об уходе, требований к контейнеру и тому подобное. В среднем, алюминиевые контейнеры имеют более длительный жизненный цикл чем стальные контейнеры, и могут прослужить 20–25 лет при правильном использовании и уходе. Более высокая прочность и устойчивость к коррозии алюминия делает его более долговечным по сравнению со стальными контейнерами, которые имеют более короткий срок службы и подвержены более быстрому износу. Как и в случае со стальными контейнерами, срок службы алюминиевых контейнеров может быть увеличен или уменьшен от условий эксплуатации и выполнения регулярного технического обслуживания и ремонта.

Изнашивание алюминиевых контейнеров зависит от различных факторов: от нагрузки и условия эксплуатации до окружающей среды и климатических условий. Аналогично стальным контейнерам, одной из наиболее распространенных проблем алюминиевых контейнеров является коррозия. Алюминиевые контейнеры выделяются отличной устойчивостью к коррозии при наличии окисляющих свойств атмосферы. Однако они могут корродировать или питтинговать, подвергаясь неправильному использованию и хранению в условиях с соленой водой или другими агрессивными веществами. Кроме того, изнашивание может происходить из-за внешних повреждений, таких как царапины, удары и деформации, потертость, после длительного использования и эксплуатации. Также как и у стальных контейнеров, алюминиевые контейнеры могут повреждаться при условии перевеса груза или его несбалансированности, что снижает прочность конструкции. Продолжительное изнашивание или деформации может приводить ко всей серии проблем, таких как ухудшение уплотнения дверей, нарушение герметичности, утечки и другое.

Лучший способ защиты алюминиевых контейнеров от износа – это регулярное техническое обслуживание и забота в процессе использования. Также, кроме того, можно защитить контейнеры используя защитные покрытия.

Стоимость утилизации алюминиевого контейнера зависит от различных факторов как при утилизации стального контейнера. В среднем, стоимость утилизации алюминиевого контейнера в России может составлять от 2000 до 5000 рублей. Однако цена может быть выше из-за разных факторов, которые были приведены выше про утилизацию стального контейнера.

По производству алюминиевых контейнеров Китай занимает лидирующее место. Ряд других стран, которые тоже производят алюминиевые контейнеры: США, Германия, Япония, Корея, Франция и другие. На сегодняшний день средняя стоимость алюминиевого контейнера в Китае составляет от 2900 до 4500 долларов США.

Согласно стандарту ISO 1496-1:2013, грузоподъемность алюминиевых контейнеров 20 и 40 DC составляет 22 и 27 тонны [4]. Вес Алюминиевых контейнеров составляет 1500 и 2500 килограмм. Их вес позволяет перевозить намного больший груз при том же весе грузовика или контейнера, что помогает сэкономить на топливе. Несмотря на дороговизну алюминиевых контейнеров, которая составляет 127%, жизненный цикл в 2 раза больше, чем у стальных контейнеров, за счёт этого компенсируется стоимость алюминиевых контейнеров.

Стоимость страховки зависит от вида и остаточного ресурса контейнеров. Стальные контейнеры за первый год теряют свою цену на 30%, за второй и третий год – 20%, а за остальные пять ещё десять [5]. Стоимость страховки алюминиевого контейнера не будет дешевле

стального из-за надежности и долговечности. Соответственно, за первые 5–7 лет алюминиевый контейнер не будет терять свою ценность так быстро, как стальной контейнер.

Использование контейнера также зависит от вида контейнера и его состояния. Чем дороже и новее контейнер, тем выше плата за использование.

Сравнивая два вида контейнеров, можно сделать выводы: несмотря на дороговизну алюминиевого контейнера, перевозка без страхования и пользования будет меньше, чем перевозка в стальном контейнере, однако учитывая при перевозке страхование и пользование контейнером, цена за перевозку возрастет. За счет длинного жизненного цикла алюминиевый контейнер принесёт больше прибыли, чем стальной, при этом пользование и страхование не так быстро будет терять свою цену, как стальной контейнер.

1. Википедия «ISO-контейнер». – Текст: электронный, – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ISO->
2. Информационно-аналитического агентства SeaNews «Про китайскую монополию на производство контейнеров». – Текст: электронный. – URL: <https://seanews.ru/2022/04/04/ru-pro-kitajskuju-monopoliju-na-proizvodstvo-kontejnerov/>
3. Новости и события компании занимающиеся морскими исследованиями Drewry «Цены на контейнерное оборудование достигли пика и, как ожидается, снизятся». – Текст: электронный. – URL: <https://www.drewry.co.uk/news/container-equipment-prices-have-peaked-and-are-expected-to-moderate>
4. Контейнеры грузовые серии 1. Технические условия и испытания. Ч. 1. Универсальные контейнеры общего назначения. – Текст: электронный, – URL: <https://cdn.standards.iteh.ai/samples/59672/4280c082068b46fb8e6296cb3b6b7212/ISO-1496-1-2013.pdf>
5. Статья контейнерной компании «Терминал». – Текст: электронный. – URL: https://1terminal.ru/articles/kontejnerye_perevozki_strahovat_ili_net

УДК 65

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПЕРЕГРУЗА КОНТЕЙНЕРОВ НА ТЕРРИТОРИИ ПАО «ВМТП» г. ВЛАДИВОСТОК

А.С. Седина

бакалавр

А.А. Яценко

старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Владивостокский морской торговый порт ПАО «ВМТП», входящий в состав транспортно-логистической группы ФЕСКО. ВМТП один из крупнейших частных транспортно-логистических компаний России с активами в сфере портового, железнодорожного и интегрированного логистического бизнеса. Рассматривая перевозки контейнеров морским транспортом, взяв во внимание прием контейнеров с ЖД фронта далее отправка груза на море, часто возникает проблема своевременной отгрузки из-за имеющихся повреждений, полученных во время следования контейнера по ЖД. Контейнеры, попадающие на перегруз «отказные» часто отправляются вне своего тайминга, т.к. порт не владеет специализированным оборудованием для перегруза контейнера на территории порта, к примеру, для непаллетизированного груза. В дальнейшем предлагая клиенту вывести свой контейнер за пределы и обратиться к услугам сторонней организации. Данная ситуация несет за собой убытки компании, несвоевременную отгрузку груза, что в последующем влияет на рейтинг Транспортной Группы ФЕСКО в целом. Для решения данной ситуации предлагается ПАО «ВМТП» закупить универсально затарочную-растарочную платформу ПЗРУ-15-2.

Ключевые слова: перевозка, экспорт, перегруз, контейнер, повреждение, груз.

SOLVING THE PROBLEM OF OVERLOADING DAMAGED CONTAINERS WITH NEW EQUIPMENT

Vladivostok Commercial Sea Port of PJSC "VMTP", which is part of the FESCO transport group. VMTP is one of the largest private transport and logistics companies in Russia with assets in the field of port, railway and integrated logistics business. Considering the transportation of containers by sea, taking into account the reception of containers from the railway front and then the shipment of cargo to the sea, there is often a problem of timely shipment due to the existing damage received during the container's passage along the railway. Containers that get overloaded "rejected" are often sent outside of their timings, because the port does not own specialized equipment for re-loading the container on the port territory, for example, for non-palletized cargo. In the future, offering the client to take his container outside and turn to the services of a third-party organization. This situation entails losses to the company, untimely shipment of cargo, which subsequently affects the rating of the FESCO Transport Group in general. To solve this situation, it is proposed that PJSC "VMTP" purchase a universally zatarochnaya-rastarochnaya platform PZRU-15-2.

Keywords: customer satisfaction, corporate culture, service organization, service process, satisfaction factors, elements of corporate culture.

Актуальность темы заключается в том, что более 30% контейнеров, прибывших по ЖД, имеют какие-либо повреждения, с которыми дальнейшая их отгрузка на море в направлении экспорта невозможна, т.к. требуется перегруз. Перегруз на территории порта ПАО «ВМТП» для непаллетизированного груза невозможен по причине недостаточной оснащенности вспомогательного оборудования. Предлагается решение данной ситуации, которое позволит производить перегрузы на территории порта в самые сокращенные сроки, при этом отгрузив контейнер своевременно.

Научная новизна заключается в том, что в «ВМТП» отсутствует специализированное оборудование для перегруза непаллетизированного груза, данное предложение рассматривается мною впервые.

Целью научной статьи: оптимизация погрузочно-разгрузочных работ на территории порта ПАО «ВМТП».

Задачи:

1. Исследовать деятельность предприятий ООО «ФЕСКО Интегрированный Транспорт» и «ВМТП».

2. Провести анализ перевозимых грузов (контейнеризированные).

3. Рассмотреть функцию портового дивизиона «ВМТП».

4. Анализ поврежденных контейнеров, прибывших по фронту ЖД.

5. Изучить парк оборудования контейнерного терминала на территории «ВМТП».

6. Анализ процесса перегруза пиломатериалов на территории порта.

Выбор совершенствования технологического процесса перегруза с использованием затарочной платформы.

FESCO – одна из крупнейших частных транспортно-логистических компаний России с активами в сфере портового, железнодорожного и интегрированного логистического бизнеса.

В сервисы Транспортной Группы входят: железнодорожные перевозки, морские перевозки, авиа-перевозки, авто-перевозки, интермодальные перевозки, терминалы, таможенное оформление, портовые услуги.

Модель работы FESCO основана на глубокой интеграции бизнес-дивизионов, которая обеспечивается управляющей компанией и общим центром обслуживания, входящими во Внедивизиональную группу. Такая архитектура бизнеса позволяет предлагать уникальные логистические решения нашему клиенту, сопровождая процесс перевозки на всем пути следования.

В состав FESCO входят пять операционных дивизионов:

1. Линейно-логистический (ЛЛД)

2. Портовый (ПАО «ВМТП»)

3. Железнодорожный

4. Морской (ООО «ФИТ»)

5. Топливный.

Морскими перевозками в направлении импорта и экспорта занимается непосредственно ФЕЕСКО Интегрированный транспорт (ООО «ФИТ»), отдел внешнеторговых перевозок.

Все портовые услуги по приему контейнера с ЖД, АВТО выполняет «ВМТП», так же перевалку контейнеров на судно.

В парке оборудования порта – перегружатели, мобильные краны, тягачи, манипуляторы, штабелеры и разные типы погрузчиков. Терминалы оснащены оборудованием для переработки всех видов грузов и погрузки/выгрузки контейнеров на 20, 40, 45 футов.

Вспомогательное оборудование (ед.)

Вилочные погрузчики 70 шт.

Терминальные тягачи 37

Ричстакеры 16

Ковшовые погрузчики 11

Штабелеры 5

Манипуляторы 5

Основным проблемным участком является прием контейнеров с ЖД. Часто контейнеры попадают в «отказную зону». В отказную зону попадают контейнеры с какими-либо повреждениями, техническими неисправностями.

В правилах перевозки морским транспортом указано, глава 5 (Правила приема грузов в морском порту (приказ от 9 июля 2014 года №182 Министерства Транспорта РФ):

1. Прибывшие в морской порт контейнеры с грузом принимаются оператором морского терминала по внешнему осмотру с проверкой номера контейнера, целостности запорно-пломбировочных устройств, четкости контрольных знаков на запорно-пломбировочных устройствах и их соответствия данным перевозочного документа, исправности технического и коммерческого состояния контейнеров.

2. При обнаружении оператором морского терминала в момент приема контейнеров с техническими неисправностями или повреждениями, отсутствием запорно-пломбировочных устройств, неисправностью, неясными контрольными знаками на запорно-пломбировочных устройствах, расхождением знаков на запорно-пломбировочных устройствах с данными, указанными в перевозочных документах, несоответствием номера контейнера данным перевозочных документов, или в случае прибытия контейнера без документов, проверка в таких контейнерах груза или перегрузка груза в другой контейнер осуществляется оператором морского терминала при наличии дополнительной заявки и в присутствии заказчика (перевозчика). Результаты проверки оформляются актом в соответствии с правилами перевозок грузов, действующими на соответствующем виде транспорта, утвержденными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Чаще всего в отказную зону попадают контейнеры с грузом пиломатериалы, лесные грузы занимают более 18% в структуре видов груза, перевезенных за 2022 год. Это могут быть опилки, доска из ели, доска березовая, древесина, фанера.

Затарка контейнера происходит либо на складе, заводе, терминале клиента, далее контейнер погружается на ж.д. платформы.

Чаще всего грузы не находятся на паллетах, т.е. имеют прямое соприкосновение со стенками контейнера. И загружается при помощи затарочной ленты, либо погрузчиков.

О каждом контейнере с каким-либо повреждением сообщается руководителю линии по соответствующему направлению. Далее за ним решение, либо контейнер отправляется на подработку (армированным скотчем, краской, холодной сваркой), если повреждения серьезные и несут угрозы перевозки, то контейнер отправляется на перегруз.

Процедура перегруза на территории порта «ВМТП» занимает от 1–2 дней, включая в себя заявку в порт, которую делает непосредственно менеджер перевозки, после выделяется порожний контейнер, далее сам процесс перегруза. Заранее клиенту предоставляется информация о дате и времени процедуры перегруза, за клиентом остается право выбора присутствовать его представителю на погрузке или нет. В случае отсутствия представителя, клиент имеет возможность воспользоваться услугами тальмана морского порта, т.е. затребовать фотофиксацию и видео с процедуры перегруза.

«ВМТП» отказывает в перегрузе непалеттизированного груза на территории порта, т.к. если контейнер затаривался погрузчиком, то возможно именно по этой причине и были повреждены стенки контейнера, т.е. перегруз в новый контейнер также погрузчиком невозможен.

Отказывая в перегрузе на территории порта клиенту следует обратиться в стороннюю организацию для осуществления процесса перегруза.

Это довольно-таки сложный и долгий процесс. Клиенту нужно найти организацию, в этом ему может помочь ООО «ФИТ» отдел ЗРЛ, далее вывезти контейнер с территории порта, открепить его на стороннего экспедитора, в течение какого времени происходит перегруз на сторонней площадке ответить сложно, из последних подобных ситуаций вся процедура заняла около 3 недель. Соответственно, груз уже не будет отгружен и получен грузополучателем своевременно.

Предлагается приобрести «ВМТП» заторочно-растарочную платформу ПЗРУ-15-2 для оптимизации процесса перегруза на территории порта, с целью сокращения сроков отгрузки на море, увеличением прибыли компании.

Характеристики платформы:

1. Грузоподъемность 30 т
2. Применение: трубы, металл, длинномеры, пилмат
3. Платформа защита сверху и снизу
4. Острый передний край (который позволяет «поддеть» груз и скатить его в контейнер при этом его не повредив)
5. Цепная пристяжь к погрузчику
6. Необходимое оборудование: вилочный погрузчик.
7. Стоимость универсальной платформы 1 436 400.

Учитывая стоимость полного комплекта услуг при процедуре перегруза:

1. Организация выставления груженого контейнера, связанная с дополнительными операциями по запросу клиента – 8200 руб.
 2. Организация формирования по вариантам «контейнер-контейнер» с выгрузкой до 100%– 45 000 руб.
 3. Организация пломбировки контейнера – 1000 руб.
 4. Фотофиксация – 5000 руб.
- Общий доход: 59 200 руб.

Количество перегрузов пиломатериалов за территорией порта (+ -) 4 операции/мес = 209 600 (только экспортные направления).

Таким образом, срок окупаемости для данного оборудования будет 6–7 месяцев. Приобретение заторочно-растарочной платформы ПЗРУ-15-2 позволит, расширить парк специализированного оборудования, соответственно спектр услуг, также разгрузить секции хранения контейнеров. И обеспечивать своевременную отгрузку на море, что является одним из важных показателей в логистике. В данной работе представлена разработка оптимизации процесса перегруза на территории порта.

На основании проведенного анализа были выявлены недостатки в технологическом процессе перегруза, предложено приобретение заторочно – ратарочной платформы с целью проведения перегруза непалеттизированных грузов на территории порта «ВМТП».

Затраты на покупку вспомогательного оборудования 1 436 400 руб. срок окупаемости проекта ориентировочно 6 месяцев.

-
1. Интернет источник Контейнерные грузы. – Контейнерный терминал ВМТП (vmtp.ru)
 2. Официальный сайт Транспортной Группы ФЕСКО. – URL: <https://www.fesco.ru/ru/>
 3. Приказ от 10 февраля «Об установлении единых тарифов ООО «ФИТ» на организацию переработки контейнеров на территории ПАО «ВМТП».
 4. Морские контейнерные перевозки / А.Л. Кузнецов, А.В. Кириченко, О.В. Соляков, А.Д. Семёнов. – МОРКНИГА, 2019. – 412 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ РЕМОНТА ГИДРОМЕХАНИЧЕСКИХ ТРАНСМИССИЙ

Д.А. Файзуллаев
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В данной статье рассказана история зарождения автоматической коробки переключения передач, его краткое устройство, описаны существующие методы диагностики АКПП. Рассказана история создания гидротрансформатора, краткое устройство и почему она полезна в АКПП. Рассмотрены наиболее распространенные виды неисправностей гидротрансформатора и способы его диагностики. А также разработана идея, о разработке стенды для восстановительных ремонтов гидромеханических трансмиссий.

Ключевые слова: *сервис, автомобили, методы диагностики и ремонтов, фиксатор гидроблока, балансировка гидротрансформатора.*

IMPROVING THE METHODS OF REPAIR OF HYDROMECHANICAL TRANSMISSIONS

This article tells the story of the emergence of an automatic transmission, its brief device, describes the existing methods for diagnosing automatic transmissions. The history of the creation of a torque converter, a brief device and why it is useful in automatic transmissions are told. The most common types of torque converter malfunctions and methods for its diagnostics are considered. And also an idea was developed to develop stands for refurbishment of hydromechanical transmissions.

Keywords: *service, cars, methods of diagnostics and repairs, valve body retainer, torque converter balancing.*

Когда в мире появились первые автомобили, возникло желание упростить управление, путем создания автоматических коробок передач.

Данный вопрос решался разными методами. В этих конструкциях используются различные принципы преобразования работы автомобильного двигателя в тяговое усилие на колесах автомобиля. В качестве механизмов реализации такого преобразования используются фрикционные вариаторы, муфты свободного хода, цепные устройства и так далее.

Воплощение первой версии гидротрансформатора произошло в 1905 году, Германом Фёттингером – немецкий инженер, который работал над устройствами для передачи крутящего момента. Свой механизм он называл гидромуфтой, и его идея планировалось использовать на судах. Смысл работы гидромуфты заключалась в том, что работы муфты сводилась к передаче крутящего момента с помощью рециркуляции жидкости, которая заполняла пространство между парой лопастных колёс. Это помогло решить проблемы обратной нагрузки на валы, двигатель и их соединительные элементы, а также избавило от недостатка жесткой связи между агрегатами и смежными с ними детали.

Представители компании «GENERAL MOTORS» заинтересовало идея Германа Фёттингера и выпустили первый автомобиль, Oldsmobile Custom 8 Cruiser 1939 года, в котором была оснащён гидротрансформатор. После того, как провели испытание данного автомобиля во время езды, водители отметили, что транспортное средство в управление стал очень лёгким, простым и комфортным. Через некоторое время, гидротрансформатор начали применять и в других моделях личного транспорта. Сейчас гидромуфта является важной деталью для автоматических коробки переключения передач. Автолюбители из-за специфической геометрии, гидротрансформатора(гидромуфта) называют «бубликом».

На данный момент, в современном мире существуют несколько вариантов автоматической коробки переключения передач:

– Классический вариант и классический вариант с возможностью автоматического переключения передач (Tiptronic, Steptronic)

– Роботизированные: с одним сцеплением и с двумя сцеплением (DSG, DCT)

– Вариатор: бесступенчатый вариант переключения передач.

Каждый из вышеперечисленных способов имеет свои преимущества и недостатки.

На сегодняшний день многие сталкиваются с поломкой автоматической коробкой передач, так как в процессе эксплуатации автомобиля на этого агрегат, приводится повышенная нагрузка. Поэтому, автопроизводители стараются создать достаточно надёжные и современные автоматические коробки передач, что позволило существенно снизить количество таких поломок трансмиссии.

Преимущества автоматической коробки передач (далее – АКПП) заключается в следующем:

1. Облегчение в управлении автомобилем заключается в том, что убрали педаль сцепления и рычаг переключения передач стал менее востребован из автоматизации или видоизменен. Это дало комфортность езды и позволило водителю плавно трогаться и останавливаться.

2. Безопасность движения – сокращение органов управления, позволило больше концентрироваться водителям на сложных участках дорог и плотном трафике. На быстроту реакции водителя также сказывается и отсутствие педали сцепления, что существенно сказывается на безопасности движения.

3. Главным преимуществом автоматической коробки переключения передач, является – снижение износа двигателя.

Для освоения сути автоматической трансмиссии сравним её с простой механической трансмиссией. Рассмотрим коротко конструкцию. Главные компоненты автоматической трансмиссии и функции, которые они выполняют. На рисунке 1 представлено пример устройства автоматической коробки переключения передач.

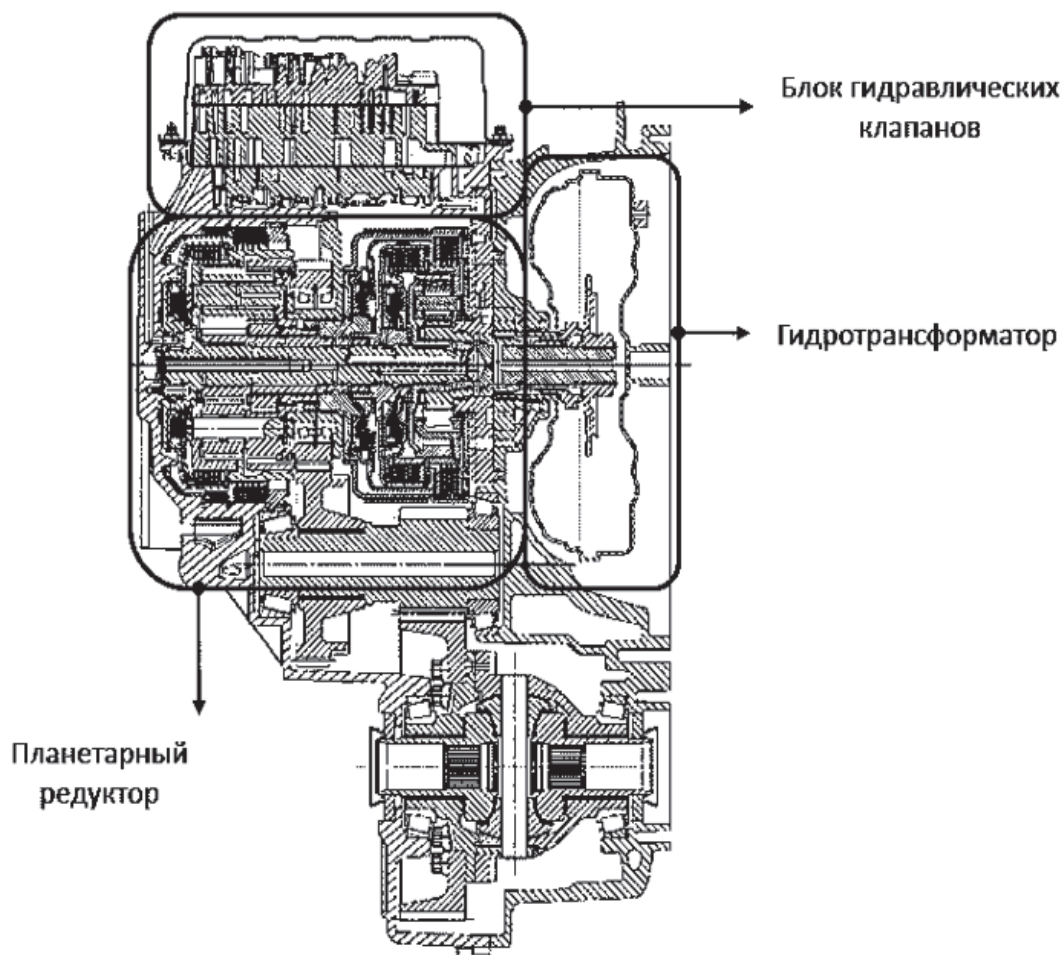


Рис. 1. Устройство АКПП

При эксплуатации автоматической коробки переключения передач, важным моментом является надежность эксплуатации. Автоматическая коробка переключения передач в современном мире не перестает совершенствоваться. Она становится надежнее, экономичнее, но выход

из строя какого-либо узла не исключает. Одной из вероятных причин поломки АКПП может выступать неисправность гидротрансформатора.

1. Блок гидравлических клапанов – система каналов с клапанами и плунжерами, функцией, которой является контроль и управления.

2. Гидротрансформатор (ГДТ) или гидромуфта – представляет собой сцепление в механической коробке передач, но не требует непосредственного управления водителем, и осуществляет все операции автоматически.

3. Планетарный ряд – блок шестерён, который служит для изменения передаточного отношения при переключении передач.

Гидротрансформатор – устройство, необходимое автомобилям с автоматической коробкой передач для отделения трансмиссии от двигателя, заменяя сцепление. А также для обеспечения плавного трогания автомобиля с места и уменьшая передачу ударных нагрузок от трансмиссии на вал двигателя. Иными словами: в гидротрансформаторе есть реакторное колесо, которое служит для увеличения крутящего момента. Насосное колесо, автоматическое масло передает через реакторное колесо в турбинное, для увеличения крутящего момента. А от турбинного колеса, масло подаётся в первичный вал АКПП.

Разница гидромуфты от гидротрансформатора в том, что у ГДТ есть реактор. Реакторное колесо – закреплено на ступице турбинного колеса и служит для перенаправления потока рабочей жидкости от насосной части к турбинной и обратно.

Чтобы произвести дефектовку гидротрансформатора, нужно его прикрепить на токарный станок и срезать сварной шов, которые соединяют две половины в единый корпус.

Для дефектовки гидротрансформатора автоматической коробки переключения передач, существуют характерные симптомы неисправности:

1. Во время езды на определенной передаче, при разгоне обороты двигателя растут не плавно, а резко увеличивается. Причина: проскальзывание ГДТ (пробуксовка гидротрансформатора).

2. Автомобиль стал плохо разгоняться, пропала динамика и коробка передач шумно работает. Причина: засоренность масляного фильтра и загрязнение трансмиссионной жидкости, разрушения лопастей.

3. Появление посторонних звуков при работе трансмиссии без приложения нагрузки. Причина: износ опорных или промежуточных подшипников.

4. Водитель переключил передачу D(Drive) или R(Reverse), автомобиль после этого находится без движения – «встала колом». Причина: шлицы турбины гидротрансформатора срезано.

Причина постоянного ремонта гидротрансформатора автоматической коробки переключения передач, износ фрикционных накладок, поршня блокировки. Разбитость втулок ГДТ и сальник насоса, что является причиной утечек масел.

Гидротрансформатор – это один из важных компонентов автоматических коробок передач, который делает эксплуатацию автомобиля еще более простой и комфортной. В силу относительной простоты устройства и применения деталей с большим эксплуатационным ресурсом, он редко выходит из строя. Но не стоит думать, что довести дело до капитального ремонта будет сложно. Если водитель игнорирует необходимость регулярной замены масла и фильтров, поломка случится в самый неожиданный момент. Впрочем, даже изношенный гидротрансформатор можно отремонтировать. Добиться полного выхода устройства из строя нелегко. Если вы заметили, что трансмиссия начала работать ненормально, мы советуем для начала обратиться к специалисту. Он локализирует проблему и выяснит, подлежат ли компонента АКПП ремонту. Так как новый гидротрансформатор стоит немалых денег, ремонт будет предпочтительнее.

1. Кто изобрел автоматическую коробку передач. – Текст: электронный. – URL: <http://krutimotor.ru/istoriya-akpp-kto-privdumal-korobku-avtomat/>

2. Автоматические коробки переключения передач. Эксплуатация, диагностика, техническое обслуживание и ремонт. – Текст: электронный. – URL: <https://www.autoezda.com/transmission/1257-stroenie-akpp.html>

3. Что такое гидротрансформатор в АКПП и как его отремонтировать. История создания ГДТ. – Текст: электронный. – URL: <https://avto.pro/autonews/gidrottransformator-akpp-vse-ob-ustroystve-i-neispravnostyah-20190712/#>

4. Диагностика гидротрансформатора. Устранения неисправности. – Текст: электронный. – URL: <http://krutimotor.ru/buksuet-gidrottransformator-akpp-prichiny/>

ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО СПОСОБА ДОСТАВКИ СКОРОПОРТЯЩЕГОСЯ ГРУЗА В МЕЖДУГОРОДНОМ СООБЩЕНИИ

Д.А. Флоря

бакалавр

А.А. Яценко

стариший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Владивосток – город-порт, из которого ежедневно транспортируются в разные города большие объёмы скоропортящихся грузов, в частности мороженая рыба, выбранная в качестве перевозимого груза. Развитие экономики приводит к росту объёмов грузовых перевозок, а высокая эффективность перевозочного процесса позволяет снизить затраты в производящих отраслях и повысить отдачу инвестиций. Цель данной работы: определить оптимальный способ доставки скоропортящегося груза в междугородном сообщении при определённых условиях

Ключевые слова: *дорога, маршрут, перспектива, логистика, расчет, загруженность, транспортный поток.*

ROUTE DEVELOPMENT: CHOOSING THE OPTIMAL METHOD OF DELIVERY OF PERISHABLE CARGO IN INTERCITY COMMUNICATION

Vladivostok is a port city from which large volumes of perishable goods are transported daily to different cities, in particular frozen fish selected as transported cargo. The development of the economy leads to an increase in freight traffic, and the high efficiency of the transportation process allows you to reduce costs in manufacturing industries and increase the return on investment. The purpose of this work is to determine the optimal way of delivering perishable cargo in intercity communication under certain conditions.

Keywords: *phrases road, route, perspective, logistics, calculation, congestion, traffic flow.*

Развитие экономики приводит к росту объёмов грузовых перевозок, а высокая эффективность перевозочного процесса позволяет снизить затраты в производящих отраслях и повысить отдачу инвестиций.

Владивосток – город-порт, из которого ежедневно транспортируются в разные города большие объёмы скоропортящихся грузов, в частности мороженая рыба, выбранная в качестве перевозимого груза.

Транспортировка скоропортящегося груза является одним из главных направлений логистики в Приморском крае. Это касается и транспортировки груза в междугородном сообщении.

Например, Владивосток является портовым городом с хорошо развитым рыболовным промыслом, поэтому анализ логистических особенностей транспортировки скоропортящегося груза здесь наиболее актуален.

Перевозка скоропортящегося груза имеет ряд особенностей:

- поддержание необходимого температурного режима;
- временные рамки (груз необходимо доставить за определённое время, поскольку даже при идеальных условиях транспортировки, груз имеет свойство портиться);
- соблюдение необходимых для данного вида груза санитарных норм.

Объектом исследования в данной работе является: транспортировка груза.

Предметом исследования является: транспортировка скоропортящегося груза в междугородном сообщении.

Цель данной работы: определить оптимальный способ доставки скоропортящегося груза в междугородном сообщении при определённых условиях.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ технического состояния вагонов и контейнеров рефрижераторов компании ООО Хасан для перевозки железнодорожным транспортом;
- рассчитать затраты на перевозку автомобильным транспортом;
- сравнить железнодорожную и автомобильную перевозки по следующим показателям: своевременность, сохранность и экономичность
- определить оптимальный способ перевозки скоропортящегося груза в междугородном сообщении

По данным Росстата (Федеральная служба государственной статистики) объёмы перевозок рыбной продукции на железнодорожном транспорте значительно снизились. Например, объём перевозок рыбной продукции составил 525 тысяч тонн за 2012 год, однако за 2021 год он составил 278,7 тысяч тонн. Таким образом объём перевозки уменьшился практически в 2 раза.

В данной работе рассматривается два маршрута: Владивосток – Хабаровск, Владивосток – Новосибирск. Маршрут небольшой протяжённости и маршрут на значительное расстояние.

Для определения причин данной тенденции необходимо сделать сравнительный анализ перевозки скоропортящегося груза в междугородном сообщении по следующим показателям: своевременность (перевозка груза к назначенному сроку), сохранность (без потерь, без повреждений, без пропажи, без загрязнения), экономичность (тарифы на перевозку).

По статистическим данным, перевозка скоропортящихся грузов по железной дороге, является наиболее экономически выгодным и транспортально удобным способом.

Таким образом, при перевозке скоропортящихся грузов на расстояние свыше 300 километров использование автомобильного транспорта ранее считалось не рациональным. Несмотря на это, в последние годы прослеживается обратная тенденция. Выбор перевозки в данном сегменте становится в пользу других видов транспорта, в частности автомобильного. Причина тому – изношенность парка специализированных вагонов, высокие тарифы на железнодорожные перевозки, неудовлетворительное регулирование рассматриваемого сегмента рынка.

Существует и другой метод транспортировки груза, который заключается в использовании специальных вагонов-рефрижераторов. Перевозка скоропортящихся продуктов данным способом экономически менее выгодна. Помимо этого, для перевозки груза используются вагоны рефрижераторы, произведённые в конце XX века. Таким образом, их функциональность не является высокой.

В данной работе скоропортящимся грузом рассматривается мороженая рыба. Мороженая рыба должна доставляться в места переработки и реализации при температуре от –18 до –25 градусов Цельсия, при влажности около 95%. Доставка замороженных продуктов осуществляется согласно санитарных требований. Технологические нормы регламентированы особыми условиями хранения скоропортящихся и замороженных грузов, нарушение которых неизбежно приводит к порче товара.

Перевозка мороженой рыбы осуществляется в специальной таре небольшими партиями, расфасованными в картонные коробки или деревянные ящики. Вместительность тары в зависимости от размеров рыбы варьируется в пределах 20–80 кг. Каждый ящик или коробка внутри выстилается изолирующим материалом или бумагой. При упаковке товара высшего сорта или рыбного филе бумажные материалы не используются.

Укладка ящиков в кузов осуществляется ровными плотными рядами, которые пересыпаются льдом для сохранения низкой температуры груза. Контроль за сохранением стабильного температурного режима и влажности на уровне нормативных показателей является обязательным условием во время доставки. Перепады температуры недопустимы, так как это способствует кристаллизации продукта, нарушению его нормальной фактуры и ухудшению вкусовых качеств.

Для перевозки 80 тонн мороженой рыбы необходимо 4 автопоезда, на которых будет транспортироваться по 20 тонн груза. Услуги перевозки груза предоставляет транспортная компания «Хасан».

Результаты выполненных расчетов по маршруту Владивосток – Новосибирск показали, что затраты на перевозку железнодорожным транспортом (рефсекцией) значительно ниже, чем автомобильным транспортом (рис. 1).

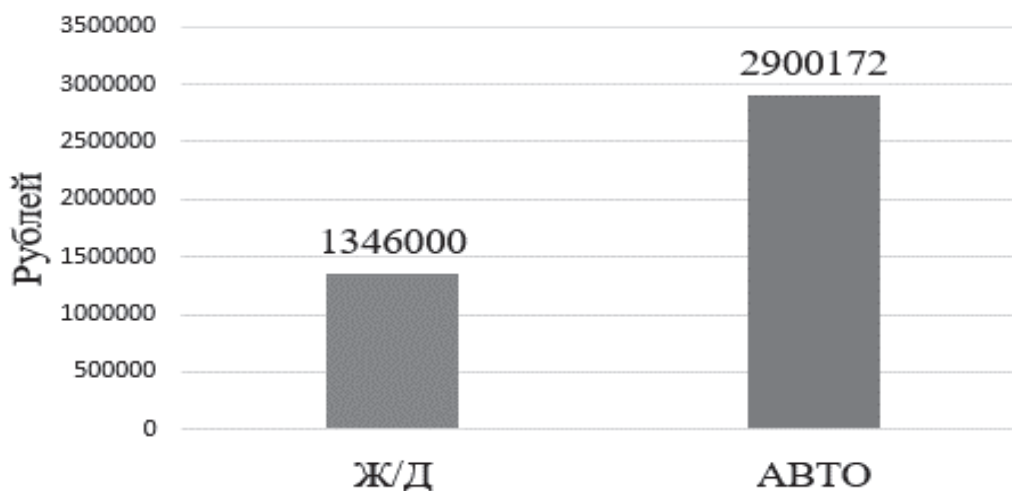


Рис. 1. Затраты на перевозку Владивосток – Новосибирск

Можно сделать вывод, что по экономическим показателям перевозка железнодорожным транспортом более выгодна.

Из графика работы подвижного состава на маршруте, время доставки мороженой рыбы по маршруту Владивосток – Новосибирск составляет семь суток. В свою очередь среднесуточное расстояние, которое проходит рефсекция в составе поезда, составляет 400 километров. Так же необходимо около двух дней на различные подготовительные операции перед отправкой груза.

По показателям своевременности автомобильный транспорт более выгоден, чем железнодорожный (рис. 2).

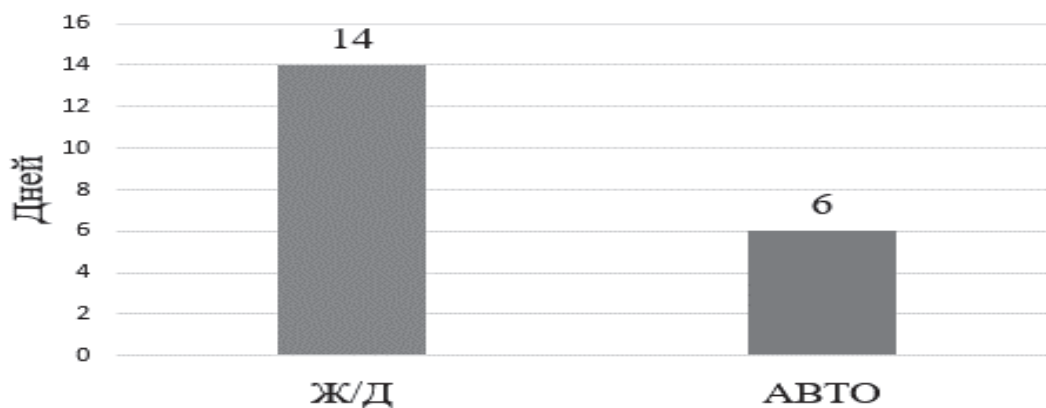


Рис. 2. Время на доставку Владивосток – Новосибирск

Опираясь на вышеперечисленные факты, можно сделать вывод, что доставка мороженой рыбы по маршруту Владивосток – Новосибирск оптимальна при использовании железнодорожного транспорта (рефсекции), если заказчику важны экономические показатели. Однако по показателям своевременности оптимален автомобильный транспорт.

Для маршрута Владивосток-Хабаровск можно сделать вывод, что по экономическим показателям перевозка железнодорожным транспортом более выгодна (рис. 3).

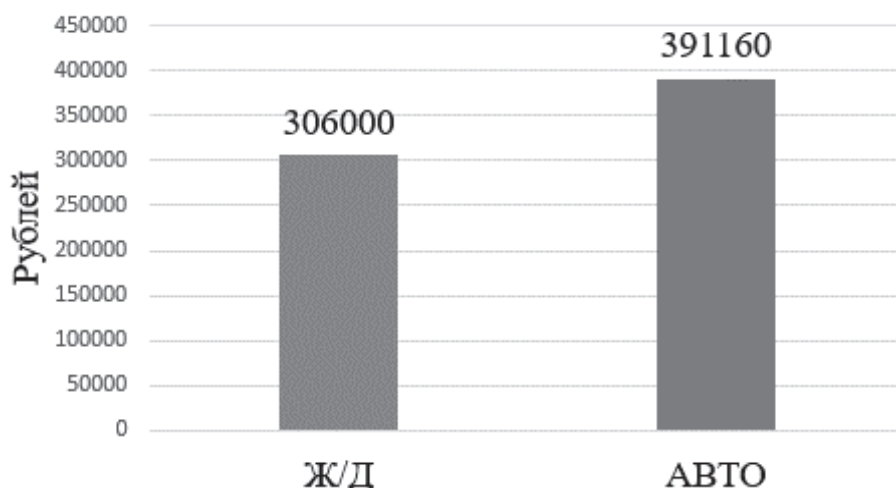


Рис. 3. Затраты на перевозку Владивосток – Хабаровск

По показателям своевременности автомобильный транспорт более выгоден, чем железнодорожный (рис. 4).

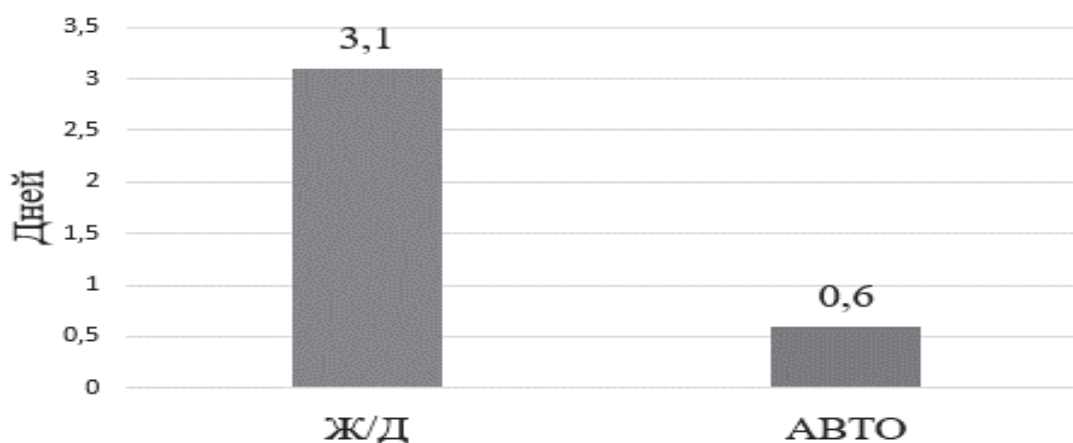


Рис. 4. Время на доставку Владивосток – Хабаровск

Показатель сохранности груза. В данной работе предполагается, что полуприцеп рефрижератор, тягач и рефсекция находятся в идеальном техническом состоянии. Следовательно, в обоих случаях, груз будет транспортирован без потерь, без повреждений, без пропажи, без загрязнения.

Опираясь на вышеперечисленные факты, можно сделать вывод, что доставка мороженой рыбы по маршруту Владивосток – Хабаровск более оптимальна при использовании автомобильного транспорта.

В данной работе были рассмотрены два способа перевозки: автомобильным и железнодорожным транспортом. В ходе исследования было проанализировано техническое состояние вагонов и контейнеров рефрижераторов для перевозки железнодорожным транспортом. Было выявлено, что их техническое состояние является не удовлетворительным по ряду причин:

- 1) новые вагоны рефрижераторы не выпускаются на территории Российской Федерации с 90-х годов прошлого века;
- 2) отсутствуют надлежащие ТО и ремонт.

Выполнено сравнение перевозки скоропортящегося груза железнодорожным и автомобильным транспортом по следующим показателям: своевременность, сохранность и экономичность.

Для транспортировки скоропортящегося груза по маршруту небольшой протяженности (до 1 тыс. км.) оптимальным является использование автомобильного транспорта, а для перевозки скоропортящегося груза на значительное расстояние (более 1 тыс. км) оптимальным является использование железнодорожного транспорта.

ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Н. Питеркин, М. Тарабанько, А. Шевчук
бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В связи с тем, что рынок логистических компаний переживает трудности, поэтому на сегодняшний день существует проблема выбора эталона для транспортной компании. Поэтому логистические исследования сейчас наиболее востребованы.

Ключевые слова: логистическая компания, рынок, бенчмарк, транспорт, перевозки, маркетинг, доставка.

STUDYING THE MARKET OF LOGISTICS COMPANIES IN PRIMORSKY KRAI

Due to the fact, that the market of logistics companies is undergoing difficulties, therefore, the problem of choosing a benchmark for a logistics company exists today. Therefore, market research is now the most in demand.

Keywords: logistics company, market, benchmark, transport, transportation, marketing, delivery.

Проблематика: Работа по изучению рынка логистических компаний актуальна на сегодняшний день по причине двух факторов. Один из которых – переадресация рынка в большей степени на дальневосточный регион, в связи с этим происходит загруженность логистической сферы. Вторая проблема заключается в том, что необходимо досконально изучить рынок логистических компаний для дальнейшей аналитики. В России около половины всех грузов транспортируется автомобильным транспортом. Около 45% занимают железнодорожные перевозки. Доля внутренних водных транспортировок – 4%. Доля морских и авиаперевозок в общей массе перевозимых грузов незначительна. Пандемия коронавируса кардинально не изменила структуру отечественного рынка. Если говорить о рынке сборных перевозок, то он довольно быстро трансформировался. Этому отчасти способствовала пандемия, на фоне которой резко вырос спрос на товары и услуги электронной коммерции. Вследствие этого изменился и складской рынок, и рынок машин на доставке, где ставки стремительно пошли вверх. На рынке обострилась конкуренция, установлено, что все больше производственных и торговых компаний убавляли объемы отправок в пользу их частоты, также при падении объемов производства отмечался переток отправок с FTL (целыми машинами/контейнерами) на LTL-перевозки (сборными грузами). Вдобавок можно отметить, что перевозчики активно разрабатывали и внедряли новые логистические схемы, что позволяло ускорить доставку.

Новизна: Данное исследование является прикладным в связи с тем, что это этап подготовительный, для дальнейшего научного исследования касаемого поиска лидера бенчмаркинга среди логистических компаний

Вследствие вышесказанного целью работы является изучение рынка логистических компаний Приморского края, выявление лидеров.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

1. Выявить основные логистические компании, имеющиеся на рынке Приморского края.
2. Изучить информацию по деятельности обозначенных компаний на основе первичных и вторичных источников.

На первом этапе исследования необходимо было выявить основные логистические компании на рынке Приморского края. Данный этап осуществлялся с использованием основной информации, представленной в первичных и вторичных источниках (официальные сайты организаций, научные статьи и др.). Анализ приводился по следующим критериям:

1. Виды деятельности логистических компаний
2. Выручка за предыдущий год.
3. Материально-техническая база.
4. Дополнительные услуги.

Результаты проведенного анализа по выявлению основных логистических компаний Приморского края представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные характеристики компаний

Эльбрус	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: Температурные грузы</p> <p>Типы перевозок: Автоперевозка грузов, Перевозка,</p> <p>Дополнительные услуги: Забор груза у отправителя, Доставка груза получателю, Перевозки грузов полными машинами.</p>	708 тыс.руб	<p>Арендованный автопарк</p> <p>-микроавтобусы</p> <p>-грузовики</p> <p>-рефрижераторы</p>
Грузовое путешествие	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: негабаритные грузы,</p> <p>Типы перевозок: Контейнерные перевозки, Железнодорожные перевозки, Автоперевозка грузов</p> <p>Дополнительные услуги: Международная доставка, Перевозки грузов полными машинами.</p>	25млн.руб	<p>Арендованный автопарк</p> <p>-контейнеры</p> <p>-грузовики</p>
Российские Железные Дороги (РЖД)	<p>Основные виды деятельности: Перевозка пассажиров грузов, багажа и грузобагажа железнодорожным транспортом общего пользования в том числе для государственных нужд</p> <p>Дополнительные виды деятельности: Оказание услуг по предоставлению локомотивной тяги.</p>	2,2 трлн. руб.	<p>- 582тыс. полувагонов;</p> <p>- 65тыс. платформ</p>
FESCO	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: Генеральные грузы Опасные грузы Сборные грузы Негабаритные грузы Сыпучие и навалочные грузы</p> <p>Типы перевозок: Контейнерные перевозки Рефрижераторные перевозки Перевозки в крытых вагонах</p>	5,73 млрд руб.	<p>- 300 крытых вагонов;</p> <p>- 9000 платформ;</p> <p>- 50 платформ для перевозки леса;</p> <p>- 41 тыс. локомотивов, грузовиков, контейнеров,</p> <p>- 25 кораблей.</p>

Название логистической компании	Наличие основных и дополнительных видов деятельности	Выручка за 2022 г.	Материально-техническая база
	<p>Ускоренные перевозки Перевозки во флекситанках Авиаперевозки Перевозка автомобилей и спецтехники Дополнительные виды деятельности: Услуги: Терминальные и складские услуги Управление цепями поставок Ответственное хранение Таможенные услуги Проектная логистика</p>		
ДА-ТРАНС	<p>Основные виды деятельности: Виды грузов: Сборные грузы Негабаритные грузы Опасные грузы Генеральные грузы Хрупкие грузы Типы перевозок: Контейнерные перевозки, Железнодорожные перевозки, Международная доставка, Авиаперевозки грузов, Дополнительные услуги: Страхование груза, Междугородние переезды, Региональные перевозки, Адресная доставка (забор и отвоз).</p>	78 млн. руб.	<p>-Грузовые автомобили грузоподъемностью от 1 до 5 тонн; -Грузовые автомобили грузоподъемностью до 10 тонн -еврофуры до 20 тонн; -тралы, -шаланды, -тягачи, длинномеры для негабаритного груза до 60 тонн</p>
РГ Групп	<p>Основные виды деятельности: Виды грузов: Сборных грузов, Контейнерные грузы Типы перевозок: Контейнерные перевозки, Железнодорожные перевозки, Дополнительные услуги: Доставка заказов для интернет-магазинов, Перевозки грузов полными машинами (FTL), Забор и доставка по городу (авто экспедирование), Аутсорсинг логистических услуг (3PL) Доставка документов и корреспонденции, Доставка в сетевые магазины, Страхование груза, Ответственное хранение, Междугородние переезды, Упаковка грузов,</p>	80 млн руб	<p>-КАМАЗ бортовой грузоподъемностью 20 тонн -Еврофура грузоподъемностью 20 тонн -Газель грузоподъемностью до 100кг</p>

Название логистической компании	Наличие основных и дополнительных видов деятельности	Выручка за 2022 г.	Материально-техническая база
Система Качественных перевозок (СКП)	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: Сборные грузы Негабаритные грузы</p> <p>Типы перевозок: Автоперевозка грузов, Железнодорожные перевозки,</p> <p>Дополнительные работы: Погрузо-разгрузочные работы</p>	14 млн.руб	Арендванный автопарк -грузовики -контейнеры -фуры
Деловые Линии	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: Сборные грузы, Малогабаритные грузы</p> <p>Типы перевозок: Международная доставка, Авиаперевозки грузов, Экспресс доставка, Доставка документов и корреспонденции</p> <p>Дополнительные услуги: Доставка в гипермаркеты, Страхование груза, Межтерминальная перевозка, Упаковка грузов</p>	40 млн руб	-4000 транспортных средств
ПЭК	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: Сборные грузы Генеральные грузы FTL (FULL TRUCK LOAD),</p> <p>Типы перевозок: Автоперевозка грузов,</p>	24 млрд руб	-1500 грузовых автомобилей
	<p>Авиаперевозки</p> <p>Дополнительные услуги: Страхование груза, Погрузо-разгрузочные работы, Упаковка грузов Авиаперевозки грузовзабор груза у отправителя, Доставка груза получателю 3PL фулфилмент Экспресс доставка Паллетная доставка, Доставка в гипермаркеты,</p>		
СДЭК	<p>Основные виды деятельности:</p> <p>Виды грузов: Тяжелые грузы Негабаритные грузы Опасные грузы</p> <p>Типы перевозок: Авиаперевозки грузов, Экспресс доставка,</p>	31 млрд руб	-10000 автомобилей

Название логистической компании	Наличие основных и дополнительных видов деятельности	Выручка за 2022 г.	Материально-техническая база
	Международная доставка Доставка груза получателю, Дополнительные услуги: Забор груза у отправителя, Услуга «Возврат документов» Доставка товаров для интернет-магазинов,		
DPD	Типы перевозок: Международная доставка, Экспресс доставка. Дополнительные услуги: Доставка товаров для интернет-магазинов	19млрд.руб	-Грузовые авто -Контейнеровозы

При выявлении установлено, что на сегодняшний день основными компаниями в логистической сфере являются 11 выделенных компаний.

Как видим, лишь 27% компаний могут осуществлять перевозки по морю.

Компания РЖД является монополистом, поэтому для дальнейшего исследования и выявления бенчмарки логистической компании части железнодорожной перевозок можно ее взять.

38% компаний могут осуществлять авиаперевозки.

100% компаний доставляют грузы автоперевозками.

Данный анализ осуществлялся на основе первичных и вторичных источников. Исходя из этого лидирующей компанией грузоперевозок по морю является FESCO, грузоперевозок по ЖД путям является РЖД, а используя автотранспорт это компания СДЭК. По предоставлению дополнительных услуг лидирует ПЭК. Исходя из найденных данных компании Система качественных перевозок (СКП), Эльбрус, Грузовое путешествие не могут претендовать на звание бенчмарки так как не имеют собственного автопарка. Данные претенденты имеют наивысший доход за 2022 г., предоставляют большее количество дополнительных услуг и имеют больший выбор вариантов доставки груза по сравнению с конкурентами. Хотелось бы отметить, что компания РЖД имеет наибольшее количество платформ и полувагонов в своей собственности, но на данном этапе нашего исследования выделяем компанию FESCO как бенчмарку, так как они доставляют грузы по ЖД путям, по морю, и осуществляют контейнерные перевозки автотранспортом. Данные, полученные в ходе исследования, являются лишь началом большего исследования по выявлению бенчмарки среди логистических компаний на территории Приморского края.

1. Бусов В.И. Управленческие решения: учебник для академического бакалавриата. – Текст: электронный [Сайт РЖД]. – URL: <https://www.rzd.ru/>

2. Сайт FESCO. – URL: <https://www.fesco.ru/ru/>

3. Проблематика. – URL: https://logirus.ru/articles/ved/tamozhnyia_sanktsii_importery_chno_izmenilos.html

4. Перспективы и проблемы развития транспорта. – URL: <https://moluch.ru/archive/89/18307/>

5. Сайт ДА-ТРАНС. – URL: <https://слтк.пф/tarif/tarify-na-perevozku-gruza-furami>

6. РГ групп. – URL: <https://www.rgg.ru>

7. Грузовое путешествие. – URL: <https://mytransit.ru/?u>

8. Система качественных перевозок. – URL: https://ay-42.ru/?utm_referer=geoadv_direct&utm_ya_campaign=189187238393&yabizcmpgn=7195931&utm_source=geoadv_direct&utm_candidate=25376001289&utm_content=%7Bad_id%7D

9. Деловые линии. – URL: <https://www.dellin.ru>

10. ПЭК. – URL: <https://pecom.ru/index-front-new.php>

11. СДЭК. – URL: <https://www.cdek.ru/ru/>

12. Аналитика транспортных компаний. – URL: <https://habr.com/ru/companies/qubequ/articles/294910/>

13. Развитие логистических компаний Приморского края. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-logisticheskikh-predpriyatii-v-primorskom-krae>

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА (КОНЦЕПЦИИ, ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ)

УДК 796.015.28

РАЗВИТИЕ КООРДИНАЦИОННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ СПЕЦИАЛЬНЫХ УПРАЖНЕНИЙ БОКСА ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 7-9 КЛАССОВ

К.К. Долгов
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В работе представлено влияние специальных упражнений из бокса на развитие координационных способностей обучающихся 7–9 классов. Тема актуальна, так как координация является важным параметром для любого человека. У несовершеннолетних строение тела лишь формируется, координационные навыки позволяют наиболее правильно выполнять любое физическое упражнение. В заключении указывается эффективность внедрения изученных упражнений.

Ключевые слова: координационные способности, физическая культура школьников, специальная физическая подготовка, бокс, развитие координации.

DEVELOPMENT OF COORDINATION ABILITIES WITH THE HELP OF SPECIAL EXERCISES FROM BOXING FOR STUDENTS OF GRADES 7-9

The work demonstrates the influence of the development of special exercises from boxing on the coordination abilities of students in grades 7–9. The topic is relevant, since coordination is an important parameter for any person. In minors, the body structure is only developing, coordination skills allow you to most correctly perform any physical exercise. In conclusion, the effectiveness of the implementation of the studied exercises is indicated.

Keywords: coordination, coordination abilities, physical culture of schoolchildren, boxing exercises, development of coordination.

Координационные способности являются важными для любого человека. В отношении детей этот тезис приобретает особую важность, так как, во-первых, их физические способности и тело лишь формируются, а, во-вторых, в программе их обучения присутствует обязательная физическая нагрузка, а координация напрямую влияет на освоение человеком других физических упражнений. При этом координационные способности многих детей можно улучшить, внедрив ряд упражнений из специализированных тренировок по различным видам спорта, что приведет к лучшим результатам при выполнении иных упражнений на занятиях физической культурой. В рамках данной работы будет отображен положительный результат авторского эмпирического эксперимента по применению упражнений на развитие координации для учеников 7–9 классов, применяемые в боксе. В результате, тема работы имеет актуальность.

Первоначально отметим важность развития координационных способностей человека. Первый фактор уже был назван, однако, он не является ключевым. Дополнительно можно отметить следующее:

1. Рабочие операции у лиц с хорошо развитыми координационными способностями более результативны и точны, что будет важно для детей в будущем [4, с. 119];

2. Координация позволяет более экономно расходовать энергетические ресурсы, а потому чрезмерная нагрузка на организм происходит с меньшей вероятностью, восстановление происходит быстрее, что в целом положительно влияет на физические возможности лица [1, с. 214].

Цель данного исследования – определить, окажет ли положительное влияние введение специализированных упражнений на развитие координации, которые применяются боксерами, на школьников 7–9 классов.

Для достижения цели, необходимо решить ряд задач.

Во-первых, необходимо выделить упражнения, которые можно включить в программу по физической культуре для данной возрастной группы.

Во-вторых, нужно выявить начальные показатели экспериментальной группы, проведя входное тестирование.

В-третьих, после введения специализированных упражнений на развитие координации, которые применяются боксерами, в программу по физической культуре школьников 7–9 классов, провести контрольное тестирование с последующим сравнением результатов.

В исследовании были применены методы педагогического эксперимента, тестирования и наблюдения.

Исходя из представленных аспектов, можно сделать вывод о том, что координационные способности является параметром, который необходимо развивать каждому человеку. Во многих видах спорта координация является обязательным аспектом для успешности лица. Один из таких видов спорта – бокс. Причина заключается в том, что координация напрямую связана с ловкостью, без которой боксер не сможет эффективно функционировать на ринге. Так, именно координация и ловкость позволяют ему быстро уклоняться от ударов, совершать контратаки, в достаточной степени передвигаться по рингу и так далее [3, с. 117]. В результате, достаточно давно для боксеров были разработаны специальные результативные упражнения, развивающие координацию. Именно они были применены в экспериментальной группе в рамках данного исследования.

Для учеников общеобразовательной школы были выбраны три группы упражнений, применяемые для боксеров. Первые связаны с перемещениями, вторые направлены на быстрое восстановление нарушенного равновесия, третьи реализуются при помощи набивного мяча. В каждой группе было использовано множество различных упражнения для формирования интереса у учеников.

В первой группе можно отметить следующие упражнения: сгибание и резкое разгибание рук в локтях; ходьба с поворотами туловищем; имитация боковых боксерских ударов в движении; вращение рук при ходьбе; махи ногами и так далее [5, с. 191].

Во второй группе можно выделить следующие упражнения: уклонение от вытянутой руки партнера; уклонение от захвата партнера; уклонение от касания партнера; реализация попыток минимизировать или сохранить дистанцию между партнером и иные [2, с. 28].

В третьей группе отметим следующие упражнения: резкое выпрямление согнутых у груди рук с мячом; резкие поднятия рук с мячом; броски мяча вверх; бросок мяча с попыткой поймать его; броски мяча партнеру; броски из положения лежа, сидя и так далее.

Перед началом исследования, экспериментальная группа прошла входное тестирование, продемонстрировавшее результаты детей перед началом введения в их программу по физической культуре упражнений по развитию координации, применяемые в боксе. Первым тестированием было изучение удержания равновесия учениками. Согласно существующим нормативам, юноши для получения оценки «удовлетворительно» должны продержаться минимум тридцать секунд стоя на одной ноге при согнутой в колене под прямым углом второй ноге, голова при этом удерживается прямо, а руки подняты вверх. Оценка «хорошо» выставляется, если ученик смог продержаться минимум тридцать шесть секунд, а «отлично» – при сорока четырех секундах. У девушек показатели аналогичные.

Второе тестирование – челночный бег на дистанцию в десять метров, которая проходится трижды. Испытуемому необходимо как можно быстрее пробежать дистанция в десять метров, коснуться рукой линии на земле, после чего совершить обратную пробежку. Юноши для «удовлетворительной» оценки должны пройти испытание за 8,1 секунду, для «хорошей» – за 7,8 секунд, для «отличной» – за 7,2 секунды. У девушек иное измерение – для «удовлетворительной» оценки достаточно пройти дистанцию за 9,0 секунд, для «хорошей» – за 8,8 секунд, для «отличной» – за 8,0 секунд. Отметим, что каждому ученику дается три попытки, из которых засчитывается лучшая.

Третье тестирование – визуальное наблюдение, изучающее маневренность и передвижения, совершаемые учениками. Здесь автором оценивалась техника передвижений, наличие

умения достаточно легко и быстро перемещаться по залу, демонстрация точных движений ногами и иные параметры. Оценивание происходило по следующим критериям – если ученик-мальчик совершал не более трех ошибок, то ему выставлялось «отлично», если не более пяти ошибок – «хорошо», если не более восьми – «удовлетворительно». Девочек оценивали иначе: если допущено не более двух ошибок – «отлично», если не более четырех – «хорошо», если не более семи – «удовлетворительно».

Итогом входного тестирования стали следующие результаты:

Шесть человек или 30% от всех испытуемых получили максимальный балл за первый тест – «Удержание равновесия». Двенадцать человек (60%) получили «хорошо». Лишь два человека (10%) были оценены «удовлетворительно»;

Второе тестирование – «Челночный бег», продемонстрировало совершенно иные показатели. Так, наибольшая доля учеников получило отлично (восемь человек или 40%), равные доли – 30% (или шесть человек) были оценены на «хорошо» или «удовлетворительно»;

Третий тест – «Визуальное наблюдение» имел следующие итоги. Абсолютное большинство учеников – двенадцать человек (60%) получили «отлично». Равные доли были у тех, кому выставили «хорошо» или «удовлетворительно» – четыре человека (или 20%) в каждой группе.

Входное тестирование доказало, что у некоторых членов экспериментальной группы существовали проблемы в отношении координации – в каждом тесте минимум 10% испытуемых смогли получить лишь «удовлетворительно», а «отлично» максимум получили 60% из всех тестируемых. Таким образом, координационные способности учеников в экспериментальной группе можно улучшить.

После внедрения в программу по физической культуре школьников из экспериментальной группы упражнений, развивающих координационные способности, используемые боксерами, было проведено контрольное тестирование. Его результаты следующие:

Первый тест – «Удержание равновесия», отобразил следующие итоги: оценку «отлично» получили 60% испытуемых, «хорошо» выставили 40%, а «удовлетворительно» не сдал тест ни один из учеников;

Второй тест – «Челночный бег», тоже был сдан школьниками существенно лучше. Так, «отлично» выставили 60% от всех лиц, равные доли – 20%, были получены теми, кто сдал тест на «хорошо» и «удовлетворительно»;

«Визуальное наблюдение» при контрольном тесте тоже прошло лучше – уже 70% учеников сдали его на «отлично», лишь 20% получили «хорошо» и только 10% – «удовлетворительно».

Сравнивая входной и контрольный тесты, можно выделить следующие изменения:

Удерживать равновесие, согласно первому тесту стали лучше 60% учеников, так как на 30% увеличилось число тех, кому было выставлено «отлично», все они перешли в эту категорию из группы «хорошо» (минус 20%) или «удовлетворительно» (минус 10%);

«Челночный бег» стал лучше у 40% тестируемых, так как оценка «отлично» была получена на 20% больше раз. Переход снова произошел из группы «хорошо» (минус 10%) и «удовлетворительно» (тоже минус 10%);

Визуально координация движений стала лучше лишь у 20% – на 10% стало больше тех, кто получил «отлично» и на 10% меньше тех, кто получил «удовлетворительно».

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что введение упражнений на развитие координации, которые применяются боксерами, положительно отобразится на соответствующем показателе учеников. Наибольший прогресс наблюдается непосредственно в удержании равновесия, однако, другие тесты, тоже отображающие координационные способности, были улучшены. При этом нельзя констатировать, что введение таких упражнений является полным решением проблемы развития координационных способностей учеников. Экспериментальная группа продемонстрировала, что в одном из тестов 20% учеников получили самую низкую из приемлемых оценок, а в другом – 10%. В результате, минимум у 20% испытуемых после введения специализированных упражнения все равно не наблюдался значимый прогресс. Таким образом, введение в программу по физической культуре упражнений на развитие координации, используемые боксерами, необходимо рекомендовать, однако, в дальнейших исследованиях нужно снова рассматривать методы развития координационных способностей, однако, с помощью иных упражнений или мероприятий. Можно предположить, что в процессе научной

работы в дальнейшем все же будет определен такой комплекс упражнений, который сможет минимизировать недостаточно высокие показатели школьников по данным тестам.

1. Асанов Д.С. Влияние координационных способностей спортсмена на соревновательные результаты в олимпийском и профессиональном боксе // Молодой ученый. – 2022. – № 11(406). – С. 213-215.

2. Ахапкин В.Н. Развитие координационных способностей студентов РГАУ МСХА, средствами СФП из бокса // Актуальные проблемы и перспективы развития физической культуры и спорта в аграрных вузах России: Сборник научных трудов по материалам Национальной научно-практической конференции, Казань, 24–25 ноября 2022 года. – Казань: Казанский государственный аграрный университет, 2022. – С. 27-30.

3. Бичан Н.В., Борисова Н.И., Никифоров С.В. Методика совершенствования координационных качеств курсантов, занимающихся боксом, в образовательных организациях МВД России // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2022. – № 2(68). – С. 114–119.

4. Садаков А.А., Вавилов А.Л. Развитие координационных способностей у девушек 13–14 лет, занимающихся боксом: состояние проблемы и перспективы ее решения // Мир педагогики и психологии. – 2021. – № 10(63). – С. 118–121.

5. Сафоненко С.В., Крутова И.А. Особенности применения системы Дж. Пилатеса как средства развития координационных способностей у юношей 15–17 лет, занимающихся боксом // Актуальные проблемы теории и практики спортивной тренировки и оздоровительной физической культуры: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Самара, 15 апреля 2021 года. – Самара: ООО «Научно-технический центр», 2021. – С. 188–194.

УДК 796.1

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКОГО И ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ДЕВУШЕК СРЕДСТВАМИ SUP-BOARD

В.Ю. Дядюша

бакалавр

Н.В. Мазитова

канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В последнее время предпринимается ряд попыток исследования физической рекреации как сложного социального явления в общественной жизни страны. Многообразие признаков физической рекреации определяет разнообразие ее форм: рекреационная физическая культура, рекреативная физическая культура, рекреация спорта, рекреация туризма, оздоровительная физическая рекреация и т.д. В статье представлен анализ психоэмоционального состояния девушек 16–17 лет и выявлены мотивы двигательной деятельности для дальнейшей разработки рекреационных комплексов упражнений с применением средств Sup-board, с целью повышения физического и психоэмоционального состояния девушек.

Ключевые слова: физическая рекреация, средства Sup-Board, водные виды спорта, двигательная активность.

INCREASING THE LEVEL OF PHYSICAL AND PSYCHO-EMOTIONAL STATE OF GIRLS BY MEANS OF SUPBOARD

Recently, a number of attempts have been made to study physical recreation as a complex social phenomenon in the public life of the country. The variety of signs of physical recreation determines the variety of its forms: recreational physical culture, recreational physical culture, sports recreation, tourism recreation, health-improving physical recreation, etc. The article presents an analysis

of the psycho-emotional state of girls aged 16-17 and identifies the motives for motor activity for the further development of recreational exercise complexes using Sup-board tools, in order to improve the physical and psycho-emotional state of girls.

Keywords: *physical recreation, Sup-Board facilities, water sports, physical activity.*

Актуальность. В последние годы большую популярность приобретают различные рекреационно-оздоровительные занятия для девушек 16–17 лет, направленные на достижение и поддержание оптимального физического состояния, снижения риска развития заболеваний, коррекции телосложения. Наибольшую пользу здоровью человека приносит пребывание на свежем воздухе, воздействие солнца и дозированных физических нагрузок, разнообразие впечатлений во время водных прогулок на Sup-board, нормализующих деятельность центральной нервной системы и восстановление работоспособности.

Таким образом, чрезвычайную актуальность на сегодняшний день имеют вопросы сохранения здоровья девушек, ведущих малоподвижный образ жизни средствами Sup-board'a.

Объект исследования: процесс физической рекреации девушек.

Предмет исследования: влияние комплексов упражнений с использованием средств Sup-board'a на физическое и психоэмоциональное состояние девушек 16–17 лет.

Цель исследования – повышение показателей физического и психоэмоционального состояния девушек 16–17 лет с применением средств Sup-board'a.

Гипотеза исследования: предполагается, что применение комплексов упражнений с использованием средств Sup-board'a будет способствовать повышению показателей физического и психоэмоционального состояния девушек 16–17 лет.

Были сформулированы **следующие задачи исследования:**

1. Анализ литературных источников по теме «Использования средств Sup-board для повышения физического и психоэмоционального состояния девушек».
2. Подбор методик для изучения психоэмоционального состояния девушек 16–17 лет.
3. Проведение анкетирования с целью выявления особенностей психоэмоционального состояния девушек 16 – 17 лет посредством электронного онлайн опросника “Google-Формы” в период с 20 июня по 10 июля 2022 года в Всероссийском Детском Центре “Океан”.

Практическая значимость исследования заключается в том, что будут разработаны и апробированы комплексы упражнений, которые планируется внедрить в дополнительные общеразвивающие программы физкультурно-спортивной направленности Всероссийского Детского Центра “Океан”.

Организация исследования:

На первом этапе исследования, мы проанализировали литературные источники по теме «Использования средств Sup-board для повышения физического и психоэмоционального состояния девушек», выбрали методики для изучения психоэмоционального состояния девушек. Следующим действием в этапе было проведение анкетирования.

На втором этапе, на основе полученных данных мы собираемся внедрить комплекс упражнений с применением средства Sup-board в дополнительные общеразвивающие программы физкультурно-спортивной направленности Всероссийского Детского Центра “Океан”, провести повторные тесты психо-эмоционального состояния девушек, занимавшихся по программе.

На третьем этапе будет проводиться обработка, анализ, текстовая и графическая интерпретация результатов.

Мы провели анкетирование с целью выявления психоэмоционального состояния девушек 16–17 лет, отдыхающих во Всероссийском Детском Центре “Океан”. Анкетирование проводилось посредством электронного онлайн опросника “Google-Формы” в начале смены «Время проб».

На вопрос «Какие ваши мотивы двигательной деятельности?» – 43,5% респондентов имеют потребность в эстетическом наслаждении собственной красотой; 39,4% стремятся быть здоровыми; 17,1% через спортивную деятельность готовят себя к практической жизни.

На вопрос «В чем проявляется ваша забота о своем физическом состоянии?» девушки ответили «Какие ваши мотивы двигательной деятельности?» – 48,2% ответили в занятиях двигательной активностью; 33,5% – поддерживают пропорции телосложения; 9,2% – правильно питаются; 9,1% – поддерживают сбалансированный порядок дня.

На вопрос «Какой вид двигательной активности вы предпочитаете?» – 38,1% предпочитают ходьбу или бег; 27,9% – водные виды спорта; 16,2% – фитнес и групповые занятия; 11,4% – игровые виды спорта.

На вопрос «Сколько часов в неделю вы регулярно занимаетесь физическими упражнениями?» – 50,1% респондентов – от 2 до 4 часов; 32,3% – не занимаются; 12,1% – от 4 до 8 часов; 5,5% – более 8 часов.

На основании результатов анкетирования, можно сделать следующие выводы:

Наиболее популярными двигательными активностями являются Бег, ходьба и водные виды спорта. Стоит также уточнить, что бег и ходьба наиболее доступная двигательная активность. Занятия девушек длятся в среднем 3 часа в неделю. По-нашему мнению для школьников это недостаточное количество времени, которое стоит уделять занятиям.

С помощью опросника оценки самочувствия, активности, настроения было выявлено:

Большинство девушек 16–17 лет ведущих малоподвижный образ жизни (Теоретические занятия в школе, подготовка к занятиям, использование различных гаджетов) объединяет самочувствие ниже среднего уровня. Поэтому, из-за высокой утомляемости настроение у девушек унылое.

С целью выявления показателей психоэмоционального состояния девушек было проведено анкетирование по методике «САН» И.М.Сеченова [1] (самочувствие, активность, настроение).

По результатам анкетирования было выявлено, что Активность в благоприятном состоянии характеризуется увлеченностью, но малоподвижностью. Показатель активности составил всего 3 балла, что свидетельствует нам о ряде признаков, наиболее точно отражающих состояние респондентов по этому показателю, среди них можно выделить – пассивность, малоподвижность, медлительность, безучастность, равнодушие, вялость.

Показатель Настроения составил 3,8 баллов, наиболее частые ответы респондентов были выявлены по следующим признакам – Грустное или Плохое настроение, Бездеятельность, Унылость, Печальность, Пессимистичность. Настроение у девушек унылое, Они недовольны, т.е. их настроение нельзя считать хорошим.

Самым высоким результатом в опросе является Самочувствие, составляющее 4,1 балл, самыми популярными ответами по этому показателю были – Плохое или среднее самочувствие, Слабость, Сонливость, Напряженность, Мрачность, Желание отдохнуть, Обессиленность. Самочувствие испытуемых снижено, девушки напряжены, сонливы, чувствуют себя устало и желают отдохнуть.

Эмоциональное состояние испытуемых оценивалось по методике «градусник» состояний Ю.Я. Киселева [2] (шкала из 10 делений). Испытуемому предъявляется шкала, на которой нужно сделать отметку уровня состояния, которое он испытывает в данный момент. Полученные результаты могут отражать как индивидуальное изменение эмоционального состояния человека («эмоциональный профиль»), так и результаты группы.

В результате обработки данных было установлено следующее: наиболее низкие показатели были зафиксированы по следующим показателям: расслабление, самочувствие, настроение и желание заниматься, что, по нашему мнению, свидетельствует о высокой утомляемости девушек в течении и к концу дня.

Sup-board приобретает все большую популярность, ежегодно проводится флешмоб «Угон льдины», в котором, 12 марта 2022 года, приняло участие около 200 человек. Также этим летом состоялись международные соревнования лиги Sup-board, прошедшие 27 августа на территории водно-спортивного центра ЦСКА во Владивостоке.

Осознав перспективы развития Sup-Board, в дальнейшем, мы планируем разработать комплексы упражнений с использованием средств Sup-board, направленных:

- на обучение правильному исходному положению;
- изучению имитации гребковых движений веслом;
- обучению правильному исходному положению;
- обучению технике гребли;
- обучению технике разворота на средстве Sup-Board.

Разработанные комплексы планируется внедрить в дополнительные общеразвивающие программы физкультурно-спортивной направленности Всероссийского Детского Центра «Океан». Будет проанализировано эмоциональное состояние девушек 16–17 лет до и после проведения физкультурно-спортивной программы «Вода – твоя стихия». Что позволит нам

проанализировать влияние средства Sup-board на физические и психоэмоциональные показатели испытуемых.

1. Сеченов И.М. Методика «САН». – Москва: Московский медицинский институт им. И.М. Сеченова, 1973.

2. Киселев Ю.Я. Методика «градусник» состояний. – Ленинград: Ленинградский научно-исследовательский институт физической культуры, 1975.

УДК 796: 612.014

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ НАГРУЗКИ И ГОРМОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

А.С. Комаров
бакалавр
О.О. Шумская
преподаватель

*Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского
Владивосток, Россия*

В статье рассмотрены факторы и результаты влияния гормонов эндокринной системы и двигательных единиц центральной нервной системы на организм при физической нагрузке.

***Ключевые слова:** спортивная адаптология, управляемый стресс, гипоталамо-гипофизарная система, питание, гормоны, физическая нагрузка.*

THE INTERACTION OF THE HORMONAL SYSTEM AND PHYSICAL ACTIVITY

The article considers the factors and results of the effect of hormones of the endocrine system and motor units of the central nervous system on the body during physical exertion.

***Keywords:** sports adaptology, controlled stress, hypothalamic-pituitary system, nutrition, hormones, physical activity.*

За последние десятилетия в областях, сопряженных с физической культурой и спортом, произошли новые открытия. Появилось новое направление – спортивная адаптология, родоначальником которой является В.Н. Селуянов. Он, с помощью математического моделирования и компьютерных технологий, сымитировал адаптационные процессы на клеточном уровне (как результат воздействия тренировочного процесса) [3, с. 41].

Целью статьи является обзор результатов моделирования гормональной системы в физической подготовке во время и после активизации мышечной системы посредством включения в работу эндокринной системы и двигательных единиц центральной нервной системы.

Исследования в спортивной адаптологии выявили четыре основных фактора, определяющих ускоренный синтез белка в клетке и формирование мышечных волокон:

- запас аминокислот в клетке;
- повышенная концентрация анаболических гормонов в крови;
- повышенная концентрация «свободного» креатина в МВ;
- повышенная концентрация ионов водорода.

Второй, третий и четвертый факторы прямо связаны с содержанием тренировочных упражнений.

Первый фактор обеспечивается предусмотренными принципами организации системы питания в спортивной адаптологии.

Питание зависит:

- от нагрузки (подбора и дозировки упражнений);

- объекта воздействия (система организма, мышцы или части тела);
- условий для синтеза или катаболизма тканей.

Второй фактор. Для повышенной концентрации анаболических гормонов в крови в предлагаемой системе упражнений преобладают статодинамические упражнения (30–40 с), интервальные спринтерские ускорения (6–15 с). Упражнения должны выполняться с 80–100% мощностью короткими интервалами для включения в работу двигательных единиц центральной нервной системы с паузами отдыха в 2–3 раза превышающими интервалы нагрузки. Концентрация гормонов сохраняется в течение 5–7 дней в тренируемых мышечных группах и воздействуют на ДНК клетки. Тренировка создает в организме состояние так называемого «управляемого стресса», что, вместе с целенаправленным воздействием на мышечную систему и связочный аппарат, эффективным способом увеличивает функциональные возможности клеточных структур, от которых напрямую зависит уровень здоровья.

Для создания «управляемого стресса» (рис. 1), а именно, повышения концентрации гормонов в крови; процессов анаболизма в мышечной ткани, процессов катаболизма во всех тканях, обновления органелл используются следующие принципы: принцип оздоровительной тренировки, принцип качества усилия (в каждом упражнении необходимо достигнуть максимального и полного напряжения), принцип негативных движений (мышцы должны быть активны как при сокращении, так и при удлинении), принцип суперсерии (для дополнительного возбуждения упражняемых мышц применяются серии двойные, тройные и многократные практически без отдыха).



Рис. 1. Схема работы гипоталамо-гипофизарной системы

Рассмотрим схему работы гипоталамо-гипофизарной системы [2]. Психический стресс воздействует на гипоталамус, выделяются вещества, и через переднюю долю гипофиза включаются в работу все интересующие нас гормоны:

- гормон роста, от которого зависит строительство костей, связок, от части мышц;
- адренокортикотропный гормон управляет надпочечниками, выделением глюкокортикоидов, адреналина и норадреналина;
- тиреотропный гормон управляет щитовидной железой;
- лютеинизирующий и фолликулостимулирующие гормоны действуют на гонады: у мужчин выделяется очень много тестостерона, у женщин – женские гормоны, в том числе и тестостерон.

В результате этого воздействия выработка гормонов создает в организме анаболическую среду, которая позволяет формировать белковые или мышечные структуры.

Третий и четвертый факторы. Смоделированные интервалы и принципы тренировки поддерживают повышенную концентрацию «свободного» креатина в мышечных волокнах (рис. 2) и соответственно повышают концентрацию ионов водорода, а также позволяют увеличивать количество миофибрилл (специфических органелл МВ) и митохондрий (склад кислорода, синтезирующий 40% АТФ) за счет включения в работу гормональной системы.



Рис. 2. Мышечное волокно

Также, ниже представлена пирамида гипертрофии (см. рис. 3). Ученые ставят на первую ступень по значимости анаболики (экзогенные гормоны вносят огромный вклад в гипертрофию)[1]. Далее идет рекрутирование мышечных волокон и тренировочный объем. На третьем месте стоит питание. На четвертом месте стоят локальные действия андрогенов: инсулиноподобный фактор роста, механический фактор роста. В самом низу значимости стоят системные гормоны.



Рис. 3. Пирамида гипертрофии

Таким образом, в результате проведенного обзора взаимодействия гормональной системы и физической нагрузки выявлено, что общий базовый уровень состояния эндокринной системы создает анаболическую среду для тренировок. Также, наш гормональный фон имеет свой предел, и поэтому нужно очень аккуратно подходить к тренировочному процессу [1]. Исходя из этого, отдых и время восстановления нашей эндокринной системы является одним из главных факторов физической тренировки.

1. Головинский Д., Замятин А.В. Значение тестостерона #5 – биодоступность тестостерона и другие гормоны. – Текст: электронный. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JEzEyuMa7jo&t=894s>.

2. Селуянов В. Н. Значение стресса и гормонов в процессе тренировки. – Текст: электронный. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qsBCiDTZ694>.

3. Селуянов В.Н. Курс лекций по спортивной адаптологии. – Москва: МФТИ, 1992. – 41 с.

УДК 796

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ОСНОВ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ У ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

А.Н. Неверова
студент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье рассматривается вопрос стремления людей к ведению здорового образа жизни и занятиям физической культурой. В рамках исследования были затронуты такие темы: «Физическая культура как основной компонент здорового образа жизни»; «Физическая культура в системе общей культуры человека»; «Оздоровительная направленность занятий ритмической гимнастикой», где была раскрыта вся значимость соблюдения здорового образа жизни. В своем исследовании я использовала основополагающие методы исследования: анализ и обобщение документальных источников, литературных источников, опрос.

Ключевые слова: *здоровый образ жизни; физическая культура; ритмическая гимнастика.*

TO THE QUESTION OF THE BASICS OF A HEALTHY LIFESTYLE IN CHILDREN OF PRIMARY SCHOOL AGE

The article deals with the issue of people's desire for a healthy lifestyle and physical education. The study covered the following topics: "Physical culture as the main component of a healthy lifestyle"; "Physical culture in the system of general human culture"; "Health-improving orientation of rhythmic gymnastics", where the importance of maintaining a healthy lifestyle was revealed. In my research, I used the fundamental research methods: analysis and synthesis of documentary sources, literary sources, survey.

Keywords: *healthy lifestyle; physical culture; rhythmic gymnastics.*

Актуальность данной темы заключается в том, что физическая культура и здоровый образ жизни положительно влияют на здоровье и долголетие людей. Среди многообразия форм оздоровительных тренировок особой популярностью у детей пользуется ритмическая гимнастика, что способствует привлечению к добровольным и систематическим занятиям физической культурой и спортом.

Цель исследования: обоснование педагогических факторов повышения мотивации у детей к занятиям ритмической гимнастикой и ведению здорового образа жизни.

Задачи исследования:

1. Выявить основные направления и содержание педагогических факторов, повышающих мотивацию у младших школьников к занятиям ритмической гимнастикой и ведению здорового образа жизни.

2. Определить, систематизировать, и описать ключевые условия и педагогические факторы, повышающие мотивацию у младших школьников к занятиям ритмической гимнастикой и ведению здорового образа жизни.

3. Разработать и обосновать методические рекомендации, повышающие мотивацию у младших школьников к занятиям ритмической гимнастикой и ведению здорового образа жизни.

Здоровый образ жизни – это рациональное распределение труда и отдыха, отсутствие вредных привычек, соблюдение правильного питания, ведение активного образа жизни, занятие физической культурой, соблюдение личной гигиены, закаливание. Выполнение всех этих пунктов приводит человека к здоровому образу жизни. Физическая культура – это неотъемлемая часть здорового образа жизни. Без нее нет смысла в ведении ЗОЖ. Физическая активность позволяет улучшить самочувствие человека, состояние организма. Эмоциональное состояние человека напрямую зависит от занятий физической культурой. Во время занятий у человека в организме выделяется серотонин, по-другому его называют «гормоном счастья». Только регулярное занятие физической культурой позволит укрепить здоровье и развить двигательные качества. Основные качества, которыми можно характеризовать физическое развитие: сила, выносливость, скорость, гибкость, ловкость. Каждое это качество можно раскрыть определенными упражнениями, представленными на занятиях с акцентом на то или иное направление. В жизни каждого человека должна быть физическая активность.

Физическая культура и спорт – неотъемлемая часть культуры, область социальной деятельности, представляющая собой совокупность духовных и материальных ценностей, создаваемых и используемых обществом в целях физического развития человека, укрепления его здоровья, способствующая гармоничному развитию личности [4].

Роль физической культуры заметно возросла в эпоху научно-технического прогресса. Нарастающее ограничение подвижности противоречит самой биологической природе человека, нарушая функционирование различных систем организма, снижая работоспособность и ухудшая состояние здоровья. Чем больше прогресс освобождает человека от физического труда и излишних движений, тем больше растет необходимость компенсации двигательной активности [5].

Во время проведения исследования с целью определения социально-значимого влияния на личность средствами физической культуры было выявлено, что физическая культура – органическая часть общей культуры человека, которая появилась и развивается вместе с ней. Она удовлетворяет социальные нужды в общении, развлечениях, учебе, в некоторых границах самовыражения индивидов через социально-активную положительную деятельность. Физическая культура является одним из основных элементов общей культуры. Она появляется и формируется вместе и наряду с духовной и материальной культурой общества. Физическая культура имеет четыре основных раздела:

- физическую подготовку и физическое воспитание к конкретной деятельности;
- укрепление здоровья или пополнение сил средствами физической культуры;
- рекреация – занятия физическими упражнениями в целях отдыха;
- высшее достижение в спорте.

В современном мире значимость физической культуры, как элемента совершенствования природы человека и общества, существенно увеличивается. Поэтому уделять глобальное внимание физической культуре – важнейшая часть социальной политики государства, обеспечивающая воплощение в жизнь гуманистических идеалов, ценностей и норм, открывающих широкий простор для выявления способностей людей, удовлетворения их интересов и потребностей. Физическое развитие является элементом общей культуры человечества и вобрало в себя не только многовековой ценный опыт подготовки человека к жизни, освоения, развития во благо человека заложенными в него природой психическими и физическими явлениями, но, что не менее важно, и опыт утверждения и закалки нравственных и моральных начал человека. Всесторонне развитая личность быстрее привыкает к разнообразным условиям жизнедеятельности. Именно поэтому физическую культуру можно представлять, как элемент целостного развития личности. Она является неотъемлемой и составной частью профессиональной подготовки и образовательного процесса людей, значимость которых проявляется через гармонизацию физических и духовных сил, формирование таких ценностей, как физическое и психическое благополучие, здоровье, физическое совершенство. Таким образом, физическая культура представляет собой мощное средство становления личности.

В результате проведенного опроса граждан разных возрастов было выяснено, что большинство людей стараются придерживаться здорового образа жизни и при этом стабильно заниматься физической культурой. 75% из 100% опрошенных людей больше заинтересовало занятия физической культурой в формате ритмической гимнастики, нежели посещение тренажерного зала или просто силовых-групповых тренировок. Большинство опрошенных детей младшего школьного возраста предпочитают заниматься ритмической гимнастикой. Такой выбор людей был очевиден. Занятия ритмической гимнастикой – это занятия с оздоровительной направленностью и своеобразным представлением физической культуры. Основным её элементом является совокупность гимнастических упражнений, осуществляемых под ритмическую музыку, в основном поточным способом, и оформленных танцевальными движениями. Сам термин этого вида двигательной активности приводит к ритмическому характеру движений.

Во время занятий ритмической гимнастикой развивается внимание, люди сосредотачиваются на том, что им преподносят преподаватели, делают это легко и весело, без большого напряжения. У них формируются умения к постоянной собранности и вниманию, являющиеся неотъемлемой частью успешной жизни. Современная ритмическая гимнастика – это отдельный вид гимнастики с характерными правилами и методиками организации занятий. Правильное построение совокупности ритмической гимнастики для людей разного возраста несет положительное воздействие на организм. Ритмическая гимнастика необычное направление в физической культуре. Не случайно она получила массовую распространенность по всему миру. Здесь и интенсивность движений, и темп, и работа всех мышц и суставов. А современная ритмичная музыка, яркая одежда, танцевальные движения создают положительные эмоции.

Ритмическая гимнастика не современное изобретение. Ещё в античном мире танцы, физические упражнения под музыку применялись для улучшения походки, осанки, пластичности движений, силы и выносливости. Ритмическая гимнастика основана на огромной базе разных движений и упражнений. Каждое упражнение имеет своё название и выполняется под соответствующую музыку. На рубеже XIV–XV в.в. на основе народного танца и греческих традиций закладываются основы балетной хореографии. Искусство танца в этот период используется как средство обучения благородным манерам, воспитания изящества и легкости движения. Так одна из разновидностей ритмической гимнастики – орхестрика была предшественницей всех ритмических, пластических и ритмопластических систем упражнений, включая современную художественную гимнастику [1]. Во второй половине XIX века французский физиолог Жорж Демели создал своеобразную систему гимнастических упражнений, основанную на ведущем значении ритма и гармонии движений [2]. Цель достигалась ритмичным напряжением и расслаблением мышц. Автор считал, что непрерывные движения менее утомительны, поэтому нужно менять упражнения без остановки. Так было положено начало принципу поточности движений. В работу включались сразу несколько суставов и сегментов тела в течение 3–10 минут, после чего следовала пауза отдыха длительностью 1–3 мин. Продолжительность урока – 60 мин. для взрослых и 30 мин. для детей. Родоначальником направления, объединявшего колоритность и ритм движения был оперный певец Ф. Дельсарт. В 1883 году он открыл в Париже курсы сценической выразительности. Система его упражнений была основана на слитности включения в действие многих суставов, связи эмоционального состояния человека с телодвижением [3].

Следовательно, так и появилось необычное направление в физической культуре – ритмическая гимнастика. Которая позволяет не только обратить внимание человека на физическую нагрузку своего тела, но и повысить эмоциональное-положительное состояние. Занятия ритмической гимнастикой актуальны для людей разного возраста и пола.

Заключение. Здоровый образ жизни – соблюдение личной гигиены, рациональный режим дня, занятия физической культурой и спортом, ведение активного образа жизни, отсутствие пагубных привычек, прогулки на свежем воздухе. Вопросы о здоровом образе жизни и о том, как его придерживаться интересуют людей уже долгое время.

Физическая культура – важная часть здорового образа жизни и культуры общества, направленная на укрепление и повышение уровня здоровья, всестороннее развитие физических способностей и их использование в повседневной жизни. Физическая культура развивает в детях не только такие способности как: сила, скорость, ловкость, выносливость, координацию, но и моральные навыки – дисциплина, сила воли, что в дальнейшем положительно сказывается на

формировании личности и её потребности. Также занятия физической культурой способствуют укреплению иммунитета, что позволяет детям легче переносить болезни или вовсе не болеть. Повышается уровень обогащения кислородом всего организма, что положительно влияет на сердечно-сосудистую систему. Во время занятий физической активностью человек делает более глубокий и интенсивный вдох, соответственно органы дыхания работают более интенсивно – объем легких увеличивается. Недаром учеными было доказано, что смена видов деятельности дает возможность отдохнуть организму и противостоять усталости более длительное время. Если взять во внимание соблюдение правильного питания, то это будет способствовать повышению иммунитета – оздоровлению организма и помогать более легко добиваться целей.

Ритмическая гимнастика имеет давнюю историю и богатые традиции. Она развивается, используя достижения физкультурного движения и танцевального искусства предшествующих поколений. Её главная цель – укрепление здоровья человека и поддержание на высшем уровне физической и умственной работоспособности. Достоинство ритмической гимнастики заключается в её воздействии на психическое и физическое состояние детей. С помощью ритмической гимнастики можно развить чувство ритма, времени, пластичности движения, координации. В ритмическую гимнастику входят такие движения, как общеразвивающие упражнения, бег, прыжки, танцевальные элементы, используемые под эмоционально-ритмическую музыку. Данный вид физической культуры позволяет не только развить тело ребенка, но и повысить эмоционально-положительное состояние, развить мышление и воображение.

Соблюдение здорового образа жизни, режима физической нагрузки стало набирать все больше «популярности», так как это самостоятельная деятельность, направленная на самовыражение, развитие, самореализацию, формирование и оздоровление личности.

1. Бесшапошникова С.Ю. Развитие двигательной координации у детей 5-7 лет с использованием гимнастических упражнений на уменьшенной опоре: автореф. дис.... канд. пед. наук. – Ярославль, 2006. – 23 с.

2. Горелов А.А., Немеровский Е.В. Интеграция народного творчества в режиме двигательной активности дошкольников // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2008. – № 9 (43). – С. 19–22.

3. Лях В.И. О классификации координационных способностей // Теория и практика физической культуры. 1987. – № 2. – С. 56–60.

4. Эрдонов О.Л. Физическая культура и спорт в системе высшего образования // Молодой учёный. – 2015. – № 2 (82). – С. 113–117.

5. Эрдонов О.Л. Массовая физическая культура и спорт как базис здорового образа жизни учащейся молодежи // Молодой учёный. – 2015. – № 6 (86). – С. 753–757.

Секция. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ - НОРМА СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

УДК 37.037

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ

Е.С. Давыденко

бакалавр

Ю.Э. Гудков

канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья рассматривает важность физической культуры для студентов, подчеркивая, что регулярные занятия спортом улучшают физическую форму и здоровье, повышают работоспособность и настроение, а также помогают справиться со стрессом и улучшить качество жизни.

***Ключевые слова:** физическая культура, образ жизни, социальные функции, здоровье, упражнения.*

APPLICATION FEATURES OF PHYSICAL RECREATION MEANS AIMED AT REDUCING STUDENTS' HYPODYNAMIA

The article discusses the importance of physical culture for students, emphasizing that regular sports activities improve physical fitness and health, enhance productivity and mood, as well as help cope with stress and improve quality of life.

***Keywords:** physical culture, lifestyle, social functions, health, exercises.*

Физическая культура- это один из самых важнейших элементов в жизни любого человека. Физическая активность и упражнения оказывают положительное влияние на нас: на наше самочувствие, настроение, а также работоспособность. Ученые давно доказали, то, что физическая активность не только делает наше тело эстетичным и подтянутым, но также нормализует психологические функции организма и снижает уровень стресса. У нас нет другого выбора, кроме как признать, что образ жизни играет важную роль в поддержании и укреплении здоровья. Здоровье нашего поколения является основой нашего. Физическое воспитание является не только частью общей культуры личности, но и культуры общества, совокупностью ценностей, знаний, используемых обществом для развития интеллектуальных и физических способностей человека, и нормальных студентов, и молодежи.

Особенно актуален в наше время вопрос физического воспитания детей младшего школьного возраста. Нашу жизнь не представишь без физической активности, упражнений и движения. Спорт оказывает не только благоприятное влияние на физическое здоровье человека, но также положительно влияет на его психологическое состояние. Но в наше время, не все люди тренируются каждый день, хотя даже выполнение утренней зарядки помогает улучшать физическую активность.

В сегодняшнее время, взаимосвязь между здоровьем, физической активностью, уровнем работоспособности достаточно очевидна. В процессе занятий физическими упражнениями у студентов развивается самообладание, выносливость, умение управлять своими эмоциями и поведением. Это характерно для здоровых людей. Поступление молодого специалиста играет важную роль, но в этом плане большую роль играет его уровень физической подготовки. Общее развитие личности – это не только развитие физических и умственных сил, но, что более важно, развитие творческих способностей. Физическая активность оказывает очень важное воспитательное значение. Физическая активность помогает развивать и укреплять дисциплину, укреплять чувство ответственности, а также укреплять силу воли.

Физическое воспитание в законодательной базе спорта Российской Федерации представлено в высших учебных заведениях как важнейшая составляющая личностной дисциплины и всестороннего развития, его значение выражается в согласовании духовных и материальных сил и формировании общечеловеческих ценностей, таких как здоровье, физическое и психическое здоровье и физическое совершенство. В процессе целенаправленного физического воспитания физическое воспитание может наиболее полно реализовать свои воспитательные и развивающие функции [3].

Физическая культура имеет достаточно много социальных функций, например:

- преобразовательно-созидательная функция, которая помогает обеспечить организм человека необходимым уровнем физического развития, для укрепления здоровья и подготовки человека к профессиональной деятельности;
- интегративно-организационная функция, отличающаяся возможностью объединения молодых людей в коллективы для коллективных, совместных занятий спортом и физкультурой;
- проективно-творческая, определение возможностей спортивной и физической деятельности. Стимулируются творчество, самопознание, процесс саморазвития и развития личностных способностей;
- проективно-прогностическая, предлагает студентам возможность стать эрудированными в области спорта, активно применяя свои знания в области физической культуры и двигательной активности и связывая эту деятельность с профессиональными категориями;
- коммуникативно-регулятивная, отражая процесс культурного поведения общения, процессы, отражающие культурное поведение, взаимодействие между участниками общения, физическая и двигательная активность, организация содержательного досуга, влияние на коллективное настроение, эмоциональное, социальное и нравственное со стороны удовлетворения физических, эмоциональных и эстетических потребностей, поддержание и восстановление психологического баланса, рекреационное курение, алкоголизм, наркомания и социализация личности [4].

Для достижения цели преподавания физической культуры в вузах необходимо формировать у студентов индивидуальную спортивную культуру и решать следующие задачи воспитания, обучения, развития и укрепления здоровья:

- понять роль физического воспитания в развитии личности и подготовиться к профессиональной деятельности.
- понимать научные и практические основы физической активности и здорового образа жизни.
- акцентировать внимание на здоровом образе жизни, спортивном самовоспитании и самосовершенствовании, регулярных занятиях спортом и спортивными потребностями для формирования у студентов мотивации и отношения к спорту.
- овладеть системой практических навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психического здоровья, развитие и совершенствование психофизиологических способностей и личностных качеств, физическое самоопределение.
- обеспечить общую и профессионально-прикладную физическую подготовленность, определяющую психофизиологическую готовность студентов к будущей профессии [2].

Существует множество способов сохранить и укрепить хорошее здоровье, и одним из главных методов является ведение здорового образа жизни. Однако здоровый образ жизни не ограничивается только физической активностью, а также включает в себя сбалансированное питание, здоровый сон и регулярную заботу о своем здоровье. Очень важно придерживаться ежедневной утренней зарядки, чтобы достичь оптимального физического состояния и улучшить свою работоспособность как физическую, так и умственную. Люди, которые постоянно занимаются спортом, часто болеют реже, более продуктивны на работе и живут дольше. Необходимо также составить практический план, учитывая индивидуальные черты характера, и не перегружать себя, чтобы избежать изнурения [1].

За последнее время, наблюдается снижение уровня физической активности. Все это обусловлено сидячей работой, которая значительно снижает уровень физической активности и приводит к достаточно быстрому снижению самочувствия человека. Другим приме-

ром может служить сидячая работа за компьютером, данная работа является монотонной, при такой работе очень важно давать отдохнуть глазам, а также мышцам тела, которые находятся в одном положении на протяжении нескольких часов. Чтобы бороться с этой проблемой, было придумано большое количество упражнений «физкультминуток», целью которых служит отвлечься от работы и немного размять свое тело и разум.

Рассмотрим влияние физических упражнений на организм человека. Прежде всего, необходимо заниматься спортом, чтобы укрепить свой ум. Регулярные физические упражнения действительно укрепляют сердце. Из этого можно сделать вывод о том, что физическая активность является замечательным средством профилактики различных сердечно-сосудистых заболеваний. Данная профилактика безусловно увеличивает продолжительность жизни человека. Кроме того, здоровое сердце означает нормальное кровяное давление.

Физические упражнения относятся к физической активности тела, благодаря таким упражнениям поддерживается здоровье сердечно-сосудистой системы. Физические упражнения могут уменьшить количество холестерина и жира в организме. Это связано с повышенной гибкостью стенки сосуда, а также физическая активность повышает гибкость, что является результатом упражнений.

Конечно, физическая активность играет важную полезную роль в поддержании иммунитета студента. Именно благодаря физической активности иммунная система более эффективно борется с вирусами и бактериями.

Статистика говорит о том, что по мере взросления подрастающее поколение становится больше восприимчивым к различным болезням, аллергиям, а также у них появляются проблемы с психическим и психологическим здоровьем. Существует очень много правдоподобных объяснений этому всплеску, но большую роль играет недостаток регулярной физической активности. Для студентов и молодых людей в целом, спорт может быть эффективным, но непрямым методом обучения. Такой спорт значительно укрепляет организм, тем самым повышая иммунитет организма, а также помогает организму самостоятельно справиться с многими заболеваниями.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что физическая культура играет важную роль в укреплении здоровья людей, особенно студентов. Регулярные и умеренные физические нагрузки положительно сказываются на функционировании нашего организма и повышают естественную сопротивляемость организма вредным воздействиям окружающей среды и инфекциям, что приводит к обострению состояния, развитию различных заболеваний, сокращению продолжительности жизни. Студенты должны в полной мере осознавать важность спорта. Для этого учебным заведениям необходимо разработать новые методы и мероприятия, чтобы мотивировать учащихся регулярно заниматься спортом и повышать физическую активность.

1. Ильич В.И. Физическая культура студента и жизнь: учебник для вузов. – Москва: Гардарики, 2007. – 336с.

2. Копылов Ю.А., Полянская Н.В. Система физического воспитания в образовательных учреждениях. – Москва: Арсенал образования, 2014. – 393 с.

3. Курамшина, Ю.Ф. Теория и методика физической культуры: учебник.– Москва: Советский спорт, 2010.

4. Мельников, П.П. Физическая культура и здоровый образ жизни студента (для бакалавров). – Москва: КноРус, 2013. – 240 с.

5. Физическая культура и спорт. Сборник студенческих работ / под ред. Э.В. Овчаренко. – Москва: Студенческая наука, 2012. – 2299 с.

КИБЕРФИЗКУЛЬТУРА КАК НОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО ДВИЖЕНИЯ СОВРЕМЕННОСТИ

М.А. Калугин
бакалавр
Т.А. Кудра
преподаватель

*Морской государственный университет им. адмирала Г.И. Невельского
Владивосток. Россия*

Современное физкультурно-спортивное движение по привлечению к активному образу жизни людей различных возрастов, в первую очередь молодежи, приобрело новые очертания вследствие цифровизации всех областей социальных взаимоотношений, в том числе физической культуры и спорта. В этой связи киберфизкультура, как его новационное направление, может не только способствовать популяризации физической активности, но и предложить новые формы, средства и методы физического воспитания.

Ключевые слова: киберфизкультура, видеоигры, цифровизация, спорт, физическое воспитание.

CYBER PHYSICAL CULTURE AS AN INNOVATIVE DIRECTION OF THE YOUTH PHYSICAL CULTURE AND SPORTS MOVEMENT OF OUR TIME

The modern physical culture and sports movement to attract people of various ages to an active lifestyle, primarily young people, has acquired new outlines due to the digitalization of all areas of social relationships, including physical culture and sports. In this regard, cyber physical education, as its innovative direction, can not only promote the popularization of physical activity, but also offer new forms, means and methods of physical education.

Keywords: cyber-physical culture, videogames, digitalization, sports, physical education.

Приобщение к занятиям спортом и активному образу жизни представляет собой социальное движение, которое ставит целью укрепление и сохранение физического, психического и социального здоровья, обеспечение высокого уровня работоспособности, адаптацию к внешней среде и социальную безопасность молодого поколения. что на протяжении многих лет в нашей стране возведено в ранг государственной политики.

Появление новых видов источников и каналов передачи информации наполнило новационным содержанием физическую культуру и спорт и не могло не оказать влияние на данный социальный процесс.

В течение последних десятилетий появилось немало компьютерных программ, посвященных многочисленным вопросам здоровья, физической активности и спорта. Физическая культура и спорт переступили границу реальности и стали активно осваивать виртуальное пространство в новационном для них направлении.

Актуальность работы заключается в использовании указанных тенденций для приобщения молодежи к физической культуре. Для обозначения нового социального явления, а, точнее, новационного, направления развития физической культуры и спорта, стал использоваться термин "киберфизкультура".

Научная новизна работы состоит в разработке и введении в научный оборот понятия «киберфизкультура».

Объектом исследования стало направление физкультурно-спортивной деятельности по привлечению молодежи к занятиям физической культурой и спортом.

Предмет исследования – сочетание цифровых технологий и двигательной активности, как привлекательная сторона занятий физической культурой и спортом и суть понятия киберфизкультуры.

Цель исследования: определить новационное содержание киберфизкультуры и классифицировать ее основные средства.

Задачи исследования:

1) сформулировать определение понятия «киберфизкультура» и проследить историю возникновения термина.

2) классифицировать видеоигры как основной инструментарий киберфизкультуры.

3) определить место киберфизкультуры в молодежном физкультурно-спортивном движении на примере МГУ имени Г.И. Невельского.

4) обозначить перспективы развития киберфизкультуры как новационного направления физкультурно-спортивного движения.

Для решения поставленных задач были использованы методы исследования: 1) Анализ источников; 2) Опрос.

Анализ интернет-ресурсов позволил заключить, что термин «киберфизкультура» впервые появился в 2020 году для обозначения дистанционных форм учебной дисциплины «Физическая культура» во время пандемии *Covid-19*. Использование цифровых технологий помогло учебным заведениям не прекращать работу, а студентам – не только продолжать безопасно для здоровья осваивать предметную область по физической культуре и спорту, но и участвовать в физкультурно-спортивной деятельности вуза, получать знания по предмету, сдавать зачеты. Нововведение спортивного клуба Института точной механики и оптики (ИТМО) Санкт-Петербурга заключалось в использовании компьютерных игр не только для восполнения дефицита двигательной активности студентов в период действия ограничительных мер, но и получения баллов по практико-ориентированной дисциплине «Физическая культура». Компьютерные игры для этой цели были специально отобраны по ряду параметров: простоте освоения, наличию двигательной активности игрока и т.д.

Исходя из сложившейся практики использования термина, *«киберфизкультура»* в настоящее время означает разнообразную физкультурно-спортивную деятельность, отличительной особенностью которой является использование совокупности программных, программно-аппаратных и технических средств для воспроизведения двигательных действий, физических упражнений, физической активности в виртуальном пространстве.

В основе нововведения лежат особые *компьютерные (видео-) игры*, которые отличаются от других наличием двигательных задач для игрока. Киберфизкультурные видеоигры можно разделить на три группы: I – видеоигры в системах виртуальной реальности (VR-игры), II – игровые тренажеры и III – непосредственно мобильные игры.

Наибольшую группу составляют *игры в системах виртуальной реальности* (VR-игр). Характерным примером представителя данной группы служит игра *«Beat Saber»*, в которой происходит разрушение виртуальных кубов двумя световыми мечами – «дорисованным» продолжением манипуляторов в руке игрока (по мечу в каждой руке). В игровом процессе игрок должен быстро принимать решения, при необходимости мгновенно перестраивать модель движения, учитывая цвет куба и меча, направление движения («разрубания»). Также от игрока требуется следить за дополнительными препятствиями в виде «мин», которые запрещено «разрубать», и «стен», заставляющих приседать или наклоняться, уходя от «препятствия» или «удара». Медиапродукт поддерживает разные уровни сложности, имеет в функционале значительный список музыкальных композиций, а при желании игрок может создать индивидуальный уровень и настроить свое музыкальное сопровождение. В совокупности это делает игру персонально настраиваемой, а время, в ней проведенное, – приятным и полезным досугом, восполняющим дефицит двигательной активности.

Подобные игры требуют от игрока пространственного мышления и скорости реакции, проявления силы, выносливости и координационных способностей, быстроты движений, длительного сосредоточения внимания.

Наиболее доступным видом игр с двигательным компонентом являются многочисленные *игровые тренажеры*, среди которых мобильные (на смартфонах, планшетах), компьютерные и консольные устройства. Особенность этой группы игр заключается в том, что они могут транслироваться на большой экран в спортзале и выполнять роль персонального тренера,

инструктора, партнера, оказывать методическую поддержку игроку в освоении упражнений и двигательных действий в отдельных видов спорта. Программа позволяет визуализировать движения игрока на экране, сравнивать с эталоном и своевременно вносить коррективы, а также контролировать работу функциональных систем, в первую очередь, опорно-двигательного аппарата. Как правило, они оснащены счетчиком калорий и помогают контролировать вес. Все это создает атмосферу устойчивой мотивации к занятиям.

К группе **непосредственно мобильных игр** относится, например, известная игра «Pokémon GO». Игроку необходимо «собрать» как можно больше «покемонов» – виртуальных существ с различными «способностями». Для этого требуется много перемещаться в реальном пространстве. Игры из этой группы увлекательны и приобщают к двигательной активности пользователей с самым низким уровнем физической активности.

Безусловно, заменить видеоиграми полноценное тренировочное или учебное занятие невозможно. Кроме того, длительное нахождение в положении сидя за компьютером может привести к изменениям в позвоночнике, ухудшению зрения, воспалению суставов рук.

В 2022 г. с помощью элемента «Обратная связь» LMS Moodle в системе электронного обучения Морского государственного университета было проведено исследование по вопросу распространения компьютерных игр в студенческой среде Университета. В опросе приняли участие студенты 1–3-х курсов различных факультетов, всего 330 человек.

Респондентам было предложено ответить на 12 вопросов с предложенным меню ответов. Обработка полученных результатов проводилась статистическими методами по общепринятой методике.

В результате проведенного исследования было выявлено, что преобладающая часть студентов рассматривают видеоигры как часть своего досуга, в большей степени это относится к учащимся технических и экономических специальностей. Компьютерные игры и компьютерные технологии оказались наиболее популярными в числе увлечений, хобби, их отметило большинство студентов первого курса 54,6 %, 50,0 % второго курса и 48,7 % третьего курса (рис. 1).

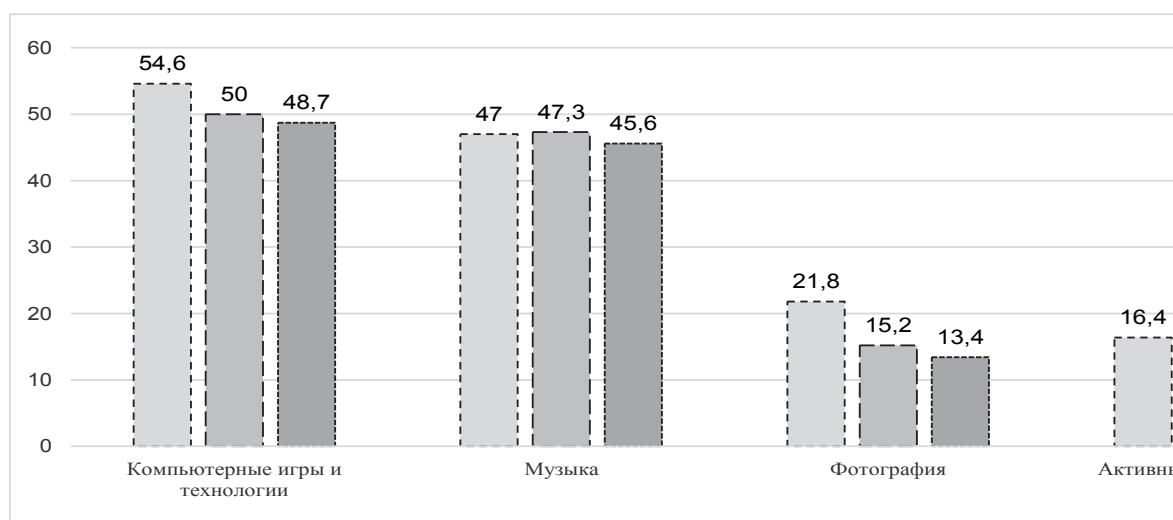


Рис. 1. Основные виды досуга студентов 1–3 курса (в процентах от числа респондентов)

Популярностью у студентов также пользуется музыка (соответственно 47,36, 47,0, 45,6%) и фотография (21,8, 15,2, 13,4%), следует заметить, что и эти увлечения так же связаны с использованием компьютерных технологий и телефона. Активные занятия спортом и фитнесом, как части своего досуга, отметили 16,4% первокурсников и 25,0% учащихся второго курса (рис. 1).

Студенты второго курса осведомлены о положительных эффектах «активных» видеоигр, тогда как учащиеся первого курса склонны больше рассуждать о деструктивных последствиях для здоровья, что, вероятно, объясняется негативной позицией учителей и родителей в данном вопросе (рис. 2.).

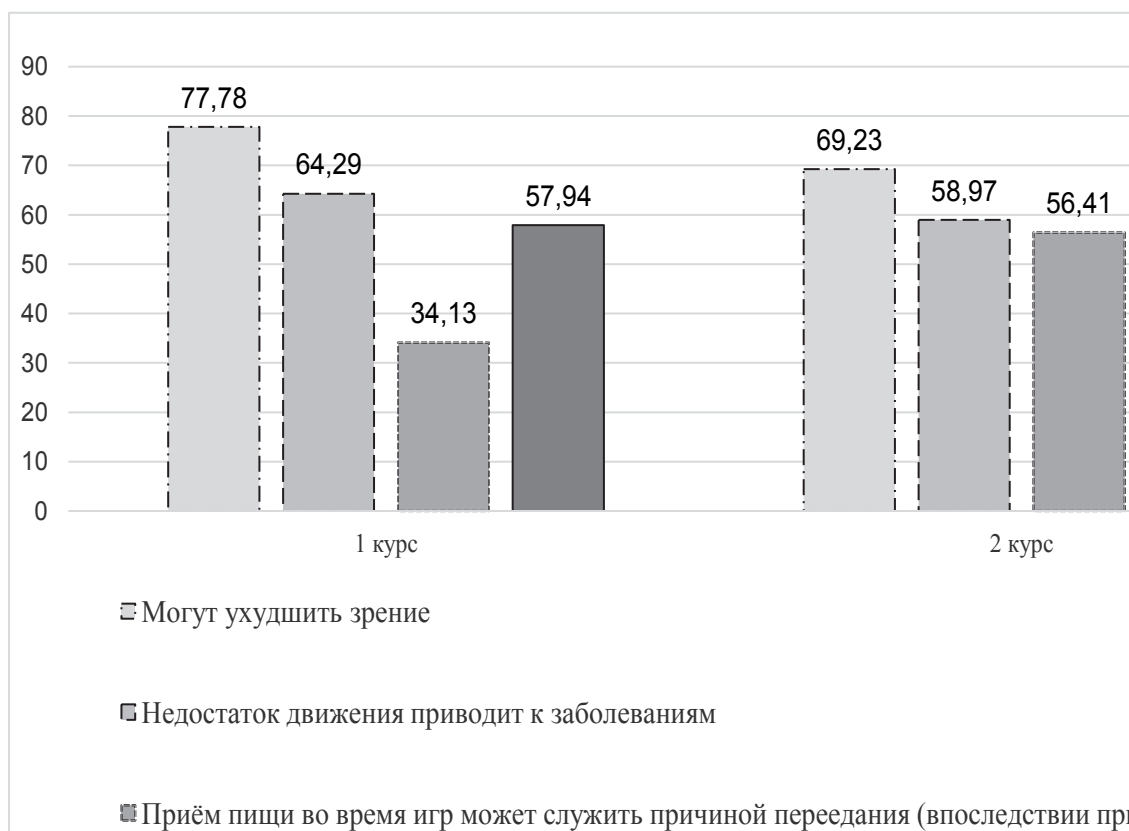


Рис. 2. Воздействие видеоигр на здоровье человека (по мнению учащихся 1–3 курсов)

Опыт использования игр в ИТМО способствовал приобретению некоторыми школами специального оборудования для использования в качестве инструмента мотивации детей к занятиям физическими упражнениями. Находясь в шлеме виртуальной реальности, школьники могут «оказаться» в заснеженных альпийских горах, в спортивном зале, на профессиональной спортивной арене, и др., что создает огромную мотивацию к физкультурным занятиям. Визуальные эффекты помогают создать особый психологический настрой при выполнении упражнений, в том числе самых монотонных, например, для развития мелкой моторики или циклических упражнений на велотренажере.

На протяжении всей истории развития общества, культуры и, в частности, физической культуры, любая практическая деятельность из досуговой двигательной активности, направленной на развитие отдельных физических качеств и формирования двигательных навыков, рано или поздно превращается в соревновательную деятельность. Природа человека требует повышать свою самооценку, сравнивая свои результаты с результатами других людей.

Следует предположить, что компьютерным играм уготована участь также превратиться в спорт. Подтверждением этому являются планы Правительства провести международный мультиспортивный турнир «Игры будущего» в 2024 году в г. Казань по инновационным видам спорта. Соревнования в рамках «Игр будущего» будут включать виртуальные гонки, футбол, баскетбол за компьютерными столами [2].

Анализ полученных данных позволил сделать следующие выводы:

1. Киберфизкультура на современном этапе может рассматриваться как социально-культурный феномен, появившийся в результате повсеместного внедрения онлайн- и медиаресурсов в физкультурно-спортивную и оздоровительную деятельность, что и вызвало эффект «расширение границ» реальных спортивных залов до виртуальных.

2. Составляющие основное содержание киберфизкультуры видеоигры с двигательным компонентом могут быть использованы в физкультурно-спортивном движении как альтернатива общеизвестным средствам физического воспитания в отношении неактивных и малоподвижных пользователей, включая людей с ограниченными возможностями здоровья, и инвалидов для восполнения дефицита двигательной активности;

3. В вузах имеется потенциал для развития киберфизкультуры как движения, объединяющего любителей активного досуга через современные цифровые технологии, что было выявлено на примере Морского государственного университета.

4. Киберфизкультура и ее основной инструментарий – видеоигры – могут способствовать повышению интереса студентов к спорту, физической культуре, пробуждению интереса к возможности строительства здорового тела, формированию собственного здоровья.

1. Виртуальная и дополненная реальности / сетевое издание «Деловой мир» – URL <https://delovoyimir.biz/kakie-novye-tehnologii-izmenili-sport-v-21-veke.html> (дата обращения: 24.03.2023). – Изображение: электронное.

2. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики об углублении отношений всеобъемлющего партнёрства и стратегического взаимодействия, вступающих в новую эпоху / Сайт Президента России. – URL <http://kremlin.ru/supplement/5920> (дата обращения: 24.03.2023). – Изображение: электронное.

УДК 37.037

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СРЕДСТВ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ, НАПРАВЛЕННЫХ НА СНИЖЕНИЕ ГИПОДИНАМИИ СТУДЕНТОВ

В.Э. Мышко

бакалавр

Ю.Э. Гудков

канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В данной статье на основе анализа научных данных и статистической информации подобраны средства физической рекреации, подходящие для снижения гиподинамии студенческой молодежи. Помимо прочего, рассмотрены последствия сниженной физической активности на организм и анализ образа жизни студента.

Ключевые слова: гиподинамия, образ жизни, студенческая молодежь, физическая рекреация.

APPLICATION FEATURES OF PHYSICAL RECREATION MEANS AIMED AT REDUCING STUDENTS' HYPODYNAMIA

Oil and petroleum product spills on the water surface are one of the most important environmental problems. The article discusses the most commonly used method of localization of oil and petroleum products – the use of booms: emergency, pop-up, refractory, permanent buoyancy, universal. Their structure, functions and methods of application are considered. A comparative analysis of frequently used barriers according to their performance characteristics is carried out.

Keywords: hypodynamia, lifestyle, student youth, physical recreation.

На сегодняшний день ни для кого не является секретом, что технический прогресс способствует значительному снижению физической активности человека. Данная ситуация влечет за собой масштабные проблемы состояния здоровья. Всемирная организация здравоохранения бьет тревогу: по подсчетам за период с 2020 по 2030 годы в глобальном отношении произойдет около 500 миллионов новых случаев предотвратимых неинфекционных болезней, половина из которых будут вызваны гипертонией, а вторая – депрессией [1, с. 1]. При этом организация напрямую связывает неутешительную обстановку с малоподвижным укладом жизни современного человека. Этим обосновывается актуальность данного исследования.

Результатом перманентно сниженной физической активности становятся негативные изменения в функциях организма, такие как ослабление мышечной деятельности, нарушение циркуляции крови и обмена веществ. Это явление называется гиподинамией.

Гиподинамия несет за собой ряд последствий, которые отражаются на всей жизнедеятельности человека. К проявлениям относятся общая слабость организма, повышенная утомляемость, раздражительность, подавленное психологическое состояние, проблемы со сном и снижение работоспособности: как умственной, так и физической [3].

На сегодняшний день 90% россиян имеют хронические заболевания опорно-двигательной системы, а среди всех заболеваний российской молодежи они составляют 43% [4, с. 170]. На самом деле, эта статистика напрямую связана с гиподинамией: вследствие пониженной активности снижается плотность костной ткани – развивается остеопороз, в сочетании с ослабленными мышцами существенно возрастает риск переломов.

Большую роль в заболеваниях опорно-двигательного аппарата играет остеохондроз, который возникает на фоне перенапряжения сустава. Например, остеохондроз межпозвоночных дисков вызывается неравномерным распределением нагрузки на позвоночник, что чревато изменением хрящевой ткани в областях излишнего давления. В случае с коленным суставом, отклонение часто связано с отсутствием систематических нагрузок, к которым костной и хрящевой ткани свойственно адаптироваться, и последующим совершением нестандартного для организма движения, что также вызывает избыточное давление на сустав. Таким образом, развиваются заболевания, вызывающие болевой синдром, ощущение скованности и постоянный дискомфорт.

Когда человек испытывает на себе симптомы малоподвижного образа жизни, то за неимением энергии продолжает и в дальнейшем отказываться от всевозможных физических нагрузок. Важно отметить, что состояние неизбежно сопровождается психическим стрессом и эмоциональной нестабильностью ввиду своей неестественности для нормальной жизнедеятельности организма [5]. Иными словами, порочный круг замыкается и организм с каждым годом все сильнее страдает от негативной симптоматики. Из вышесказанного следует, что проблематика исследования заключается в неблагоприятном исходе малоподвижного образа жизни.

Научная новизна исследования состоит в рассмотрении проблемы гиподинамии в рамках студенческой жизни, поскольку, безусловно, данную социальную группу ситуация затрагивает напрямую. Длинные аудиторские занятия и объёмные домашние задания создают крепкий фундамент для развития сидячего образа жизни. Однако, имея дело с данной социально-возрастной группой, необходимо учитывать, что, будучи еще школьниками, молодые люди сталкиваются с изнуряющими занятиями, которые зачастую совпадают с подготовкой к экзаменам. Учебная нагрузка занимает большинство свободного времени и тем самым не позволяет посещать спортивные секции. Следует отметить, что по данным ВОЗ проблема несет повсеместный характер: в мире среди 1,6 миллиона посещающих школу подростков в возрасте от 11 до 17 лет у 85% девочек и 78% мальчиков показатели физической активности находятся ниже рекомендованного уровня [6]. Следовательно, едва поступивший в высшее учебное заведение студент уже долгое время является заложником гиподинамии.

Целью статьи является выявление стратегии снижения гиподинамии студенческой молодежи на основе анализа приведенных данных. К задачам относятся изучение гиподинамии как состояния и ее последствия, определение особенностей студенческого образа жизни, подбор рекомендаций для повышения подвижности студентов. Итак, общеизвестно, что непременно следует заботиться об уровне своей физической культуры во избежание проблем со здоровьем. Уделять аэробной нагрузке умеренной интенсивности необходимо не менее 300 минут в неделю [8]. Существуют способы повышения своей физической активности, применимые в повседневности, которые подходят каждому студенту. Важным аспектом в выборе средств физической рекреации является длительность сидячего образа жизни, именно поэтому начинать следует с легких и общих средств, затем постепенно наращивать нагрузку для правильной адаптации мышечной и костной тканей.

Отличным средством физической рекреации для налаживания оптимального двигательного режима является обыкновенная ходьба. Начать можно с прогулочного шага, постепенно увеличивая скорость до 6 километров в час. При систематической оздоровительной ходьбе по 1 часу в день суммарный расход энергии за неделю составит около 2000 ккал, что обеспечивает минимальный эффект, необходимый для компенсации дефицита энергозатрат и увеличения

функциональных возможностей организма [7, с. 10]. Данное средство примечательно своей универсальностью и повсеместной применимостью: каждый студент может предпочесть лифту подъем по лестнице, езде на автотранспорте – прогулку до места назначения. При этом прогулка может сопровождаться общением или прослушиванием музыки.

Также для восстановления физической активности следует применять утреннюю гигиеническую гимнастику в качестве общеукрепляющей разминки. Выполнять упражнения можно дома, но все же полезнее – на свежем воздухе, например, на ближайшем стадионе, так как это дополнительно привнесет в занятия элемент закаливания. Преимущество гимнастики состоит в задействовании всех групп мышц организма, что имеет большую значимость в профилактике гиподинамии. Начинать следует с простейших упражнений, а завершать желательно водными процедурами [2, с. 36].

Средство физической рекреации, значительно улучшающее психофизическое состояние людей с сидячей работой и при этом подтвержденное многолетней практикой – проведение физкультминуток. Перемена видов деятельности особенно полезна во время умственных занятий, поэтому важно устраивать физкультминутки для студентов: тело находится по меньшей мере полтора часа в статичном положении, тем самым чрезмерно нагружаются межпозвоночные диски, ухудшается кровообращение и лимфоотток. Легкие упражнения, включающие разминку шеи, спины и ног, способствуют активной циркуляции крови и в том числе ее притока к головному мозгу, что улучшит процесс мыслительной деятельности и повысит продуктивность работы.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: гиподинамия, не являясь болезнью как таковой, захватила человеческую цивилизацию и поразила молодежную социально-возрастную группу, то есть студентов. По причине того, что студенты – чаще всего вчерашние школьники, с большей долей вероятности малоподвижный образ жизни у них успеет сложиться еще до поступления в университет. Для снижения гиподинамии следует применять простые средства физической рекреации, такие как пешие прогулки, утренняя гимнастика, введение физкультминуток во время занятий, чтобы постепенно адаптировать к нагрузке костную и мышечную ткани. Перечисленные в данной статье методы относятся к одним из самых простых, но соблюдая вышеупомянутые рекомендации, студенты сразу почувствуют положительный эффект: улучшится психоэмоциональная составляющая, повысится стрессоустойчивость, пройдет чувство скованности в теле, наладится общее самочувствие. Преимущество средств физической рекреации заключается в их вариативности, возможно менять детали на свое личное усмотрение в соответствии с собственными потребностями.

1. Доклад о положении дел в области физической активности в мире – 2022: резюме [Global status report on physical activity 2022: executive summary]. Женева: Всемирная организация здравоохранения; 2022.

2. Макеева В.С., Тинькова З.С. Теория и методика физической рекреации. Основы оздоровительной физической культура: учебное пособие для высшего профессионального образования, – Орел: ФГБОУ ВПО «Государственный университет – УНПК», 2012. – 193с.

3. Негативные проявления гиподинамии. – Текст: электронный / Федеральное бюджетное учреждение здравоохранения «Центр гигиены и эпидемиологии в Рязанской области». – URL: <http://cgie.62.rosпотребнадзор.ru/content/1216/63048/>. – Дата обращения: 17.03.2023.

4. Поспелова А.С. Проблематика остеохондроза шейного отдела позвоночника у учащейся молодежи // Физическая культура, спорт и здоровье студенческой молодежи в современных условиях: проблемы и перспективы развития: материалы Региональной студенческой научно-практической конференции, посвященной 40-летию РГППУ, 17 апреля 2019 г., г. Екатеринбург / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург: РГППУ, 2019. – С. 169-173.

5. Рубцова А.А., Жданова Д.Р., Джейранова М.О. Гиподинамия – Болезнь цивилизации. – Текст: электронный // Портал медицинской интернет-конференции. – URL: <https://medconfer.com/node/14855>. – Дата обращения: 17.02.2023.

6. Согласно новому исследованию ВОЗ, большинство подростков в мире ведут малоподвижный образ жизни, что ставит под угрозу их сегодняшнее и будущее здоровье. – Текст: электронный / Всемирная Организация Здравоохранения. – URL: <https://www.who.int/ru/news-room/factsheets/detail/physical-activity>. – Дата обращения: 27.03.2023.

7. Соколов Н.Г., Овчинников В.П. Рекреация и двигательная реабилитация при занятиях физической культурой и спортом: учебное пособие. – Санкт-Петербург: РГГМУ, 2016. – 44 с.

8. Физическая активность. – Текст: электронный / Всемирная Организация Здравоохранения. – URL: <https://www.who.int/ru/news-room/factsheets/detail/physical-activity> (дата обращения: 26.03.2023).

АНИМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА ОСНОВЕ СКАЗОЧНЫХ СЮЖЕТОВ, КАК СРЕДСТВО ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРИЗНАКА ВОДОБОЯЗНИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ПЛАВАНИЮ УЧАЩИХСЯ МЛАДШИХ КЛАССОВ

К.Ю. Нижегородова
бакалавр

Н.В. Мазитова
канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Среди факторов, препятствующих освоению навыка плавания особое место занимает водобоязнь. В статье рассматривается содержание включения анимационных технологий на основе сказочных сюжетов во внеурочные занятия по плаванию учащихся младшего школьного возраста с целью преодоления чувства страха перед водным пространством.

Ключевые слова: обучение плаванию, водобоязнь, анимация, анимационные технологии, дети с водобоязнью.

ANIMATION TECHNOLOGIES BASED ON FAIRY-TALE PLOTS AS A MEANS OF OVERCOMING THE SIGN OF HYDROPHOBIA IN THE SWIMMING CLASSES OF ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS

Among the factors hindering the development of swimming skills, rabies occupies a special place. The article discusses the content of the inclusion of animation technologies based on fairy tales in extracurricular swimming lessons for primary school students in order to overcome the feeling of fear of water space

Keywords: swimming training, rabies, animation, animation technologies, children with rabies.

Актуальность данной темы заключается в том, страх перед водой, к сожалению, в современных условиях невротизации общества способен перерасти в фобию, которая может повлечь за собой сложные личностные нарушения. И из естественного инстинкта самосохранения боязнь воды может стать болезнью, требующей особого лечения. Одним из путей преодоления страха перед водой является обучение плаванию. Формирование навыков плавания у любого человека рождает уверенность в своих силах, верную оценку своих возможностей и прежде всего «доверие» самой воде.

В работах отечественных педагогов, врачей, психологов плавание рассматривается как один из важнейших базовых видов двигательной активности ребёнка, оказывающий интенсивное воздействие на состояние его здоровья, телесное и духовное развитие [1]. Неоднократно было доказано, что занятия плаванием оказывают стимулирующее воздействие на перцептивные, мнемические, психические и интеллектуальные процессы, способствующие полноценному обучению школьника, повышающие его сопротивление неблагоприятным факторам среды и т.д. [4]

В то же время отмечается тенденция увеличения детей школьного возраста не умеющих плавать, что поддерживает страх перед водой, который в более старшем возрасте становится сильнее. Для многих школьников отсутствие навыка плавания становится препятствием к освоению ценностей физической культуры, реальной угрозой безопасности их жизнедеятельности.

Тренеры, обучающие начальному плаванию детей и взрослых, нередко сталкиваются с проявлениями у своих учеников повышенной чувствительности и других нежелательных реакций при нахождении в водной среде. Обычно это называют водобоязнью, формой страха, относящейся к числу отрицательных эмоций человека. Хотя страх перед водой испытывают не более 2–3% детей, эта проблема является актуальной при начальном обучении плаванию и требует определенных знаний и умений от тренера.

В современной науке существует множество методик обучения детей плаванию, но в большинстве своем эти методики направлены на широкое обучение детей плаванию, и практически не уделяется фактору боязни воды, как основной причине более длительного освоения детей с водой или вообще нежеланию заниматься.

Основным противоречием, которое мы планируем разрешить в своем исследовании, является противоречие между все более возрастающей актуальностью безопасного и эффективного обучения плаванию учащихся 6–8 лет и недостаточной разработанностью педагогического сопровождения с использованием анимационных технологий на внеклассных занятиях по физической культуре, снимающих риски, связанные с водобоязнью детей младшего школьного возраста.

Цель исследования – обоснование педагогических факторов снижения водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий.

Гипотеза исследования: снижение водобоязни у обучающихся 6–8 лет может осуществляться при наличии следующих педагогических факторов

- учет психофизических особенностей младших школьников;
- наличие фацилитирующих педагогических отношений;
- реализации анимационных программ в структуре внеклассного занятия по плаванию.

Были сформулированы **следующие задачи исследования:**

1. Выявить основные направления и содержание педагогических факторов, снижающих водобоязнь у младших школьников на внеурочных занятиях по плаванию (литература, анкетирование, интервью, беседа и т.п.).

2. Определить, систематизировать, и описать ключевые условия и педагогические факторы, снижающие водобоязнь у младших школьников на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных программ.

3. Разработать и обосновать методические рекомендации по снижению водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий.

Практическая значимость исследования заключается в том, что будут разработаны и апробированы методические рекомендации по снижению водобоязни у обучающихся 6–8 лет на внеурочных занятиях по плаванию с использованием анимационных технологий, которые могут быть использованы на внеурочных занятиях по плаванию.

Организация исследования:

На первом этапе осуществлялось изучение отечественной и зарубежной литературы по исследуемой проблеме; происходил сбор эмпирического материала о состоянии проблемы снижения водобоязни у младших школьников; конкретизировались объект и предмет исследования, формировались его методологические и понятийные основания.

На втором этапе будет применяться эмпирические методы исследования.

На третьем этапе будет проводиться обработка, анализ, текстовая и графическая интерпретация результатов.

В настоящее время в сфере физической культуры и спорта является актуальным использование так называемых «анимационных программ». Под этим термином подразумевается проведение театрализованных представлений, игровых и конкурсных проектов, тематических мероприятий, физкультурно-оздоровительных занятий с сюжетно-игровым компонентом [5]. В результате анализа литературы было выявлено, что сюжетно-ролевые игры занимают важное место в жизни детей младшего школьного возраста, а сказки являются неотъемлемой частью их нравственного развития. В ходе педагогических наблюдений и опроса выявлено, что среди множества программ обучения детей плаванию отсутствуют программы с применением анимационных технологий на основе сказочных сюжетов. В связи с этим нами было принято решение разработать курс, основой которого будут являться близкие и любимые детьми сказки. Для этого был проведен опрос среди родителей, всего участвовало 124 респондента. В результате было выявлено, что самыми любимыми книжками у детей являются: сказки у 70,1 % опрошенных; приключенческая литература у 17,7%; «фэнтези» у 8,5%; у 3,7% другая литература.

Так же было проведено анкетирование учащихся 7–9 лет Международной Лингвистической Школы г. Владивостока. На вопрос «Бойтесь ли вы захлебнуться на занятии по плава-

нию» – 17,2% детей ответили всегда; 24,6% – часто; 21,3% – редко; 16,7% – иногда; 20,2% – никогда. С целью исследования страхов у занимающихся, было проведено анкетирование по методике А.И. Захарова [3]: ребята отмечали степень согласия с представленными утверждениями (страхами) по 5-балльной шкале: 1 – никогда, 2 – редко, 3 – иногда, 4 – часто, 5 – всегда. Были получены следующие результаты уровней проявления страхов: 58,1% учащихся имеют средний уровень, 30,4% – высокий и 11,5% – низкий.

Для решения второй задачи нами были отобранные, интерпретированы и адаптированы к водной среде сюжетно ролевые игры (табл. 1).

Таблица 1

Анимационные технологии на основе сказочных сюжетов начального обучения плаванию детей младшего школьного возраста

Группы упражнений	Анимационные технологии на основе сказочных сюжетов (игры)	Автор (год)
Ознакомление со свойствами воды	«Рыбки резвятся»; «Поймай воду»; «Догоните меня»; «Солнышко и дождик»; «Переправа»; «Кораблики»; «Море волнуется»; «Салки в воде»; «Полоскание белья»; «Невод»; «Морской бой»; «Футбол в воде»; «Кузнечики»; «Жмурки в воде», «Топкие воды» и т.д.	Федоров П. А. (1912); Лесгафт П. Ф. (1909); Левин Г. (1974; 1981); Короп Ю.А., Цвек С. Ф. (1985); Булах И. М (1983, 1991); Булгакова Н. Ж. (1974; 2002).
Погружение	«Водолазы»; «Караси и щука»; «Поезд в тоннель»; «Спрячемся по воду»; «Хоровод»; «Брод»; «Нырни в обруч»; «Удочка»; «Прыжок дельфина»; «Искатели жемчуга» и т.д.	Г. Буассье (1916), Казаковцева Т. С. (1987), Васильев В.С. . (1989), Осокина Т. И. (1991), Гришков В. И. (1992), Черепова Д. В. (2004).
Всплывание	«Пятнашки с поплавком»; «Караси и карпы»; «Коробочка»; «Лопнувший мяч»; «Вратарь» и т.д.	Афанасьев В. З. (1983); Мухин В. Н., Радыгин Ю. И. (1988); Еремеева Л. Ф. (2005).
Лежание	«На буксире»; «Сможешь ли, попробуй»; «Медуза»; «Звездочка»; «Лежание на воде»; «Осьминог» и т.д.	Короп Ю.А., Цвек С. Ф. (1985); Дукальский В. В., Маряничева Е. Г.(1990); Осокина Т. И. (1991).
Скольжение	«Я плыву»; «Торпеды»; «Винт»; «Стрель»; «Подводные лодки»; «Тюлени»; «Волна»; «Буксиры»; «Толкач»; «Кто дальше проскользит» и т.д.	Карпов А. М. (1981); Булах И. М., Петрович Г. И. (1983); Пищикова Н. Г. (2008).
Дыхание	«Резвый мячик»; «Качели»; «Разговор по телефону»; «Насосы»; «Ветерок»; «Дышим вместе»; «У кого больше пузырей»; «Баба сеяла горох» и т.д.	Осокина Т. И. (1991), Булах И. М (1991), Янушанец Н. (2003), Макаренко Л. П. (1985).

Для подбора средств на занятиях плаванием с детьми 6–8 лет нами был определен этап начального обучения плаванию. Этот этап объединен группой упражнений по освоению с водой и изучения техники плавания. Так же были выделены задачи по изучению следующих компонентов обучения: контрастные упражнения; упражнения на дыхание; упражнения на погружение; упражнения на всплывание; упражнения на лежание; упражнения на скольжение; упражнения для попеременной работе ног на груди и на спине с подвижной опорой и без опоры.

Для каждой задачи требовалось определить и адаптировать одну из сказок, которые были отобраны в результате анкетирования. Сюжет сказки «Колобок» был использован для изучения контрастных упражнения по освоению с водой; «Репка» для изучения упражнений на дыхание; «Три поросенка» для изучения упражнений на погружение; «Гуси лебеди» для упражнений на всплывание; «Волк и семеро козлят» для изучения навыка лежания; «Красная шапочка» для изучения навыка скольжения; «Бременские музыканты» изучения техники попеременной работой ног на груди и на спине с подвижной и без опоры [2]. В таблице 2 представлен перечень основных задач и название сказки, сюжет которой способствует решению задач.

Перечень анимационных технологий на основе сказочных сюжетов и решаемые задачи на каждом занятии по плаванию для детей 6-8 лет

№	Анимационные технологии на основе сказочных сюжетов	№	Задачи
1	Колобок	1	Познакомить детей со свойствами воды
		2	Научить самостоятельно передвигаться в воде
		3	Повысить эмоциональный фон занимающихся
2	Репка	1	Разучить выдохи в воду
		2	Закрепить ощущение водной среды
		3	Воспитать чувство товарищества
3	Три поросенка	1	Разучить погружение под воду
		2	Разучить выдохи в воду в различных положениях
		3	Укрепить мышцы свода стопы для профилактики травматизма
		4	Воспитывать чувство товарищества при работе в парах
4	Гуси-лебеди	1	Разучить навык всплывания
		2	Закрепить навык погружения
		3	Разучить попеременные движения ногами кролем на груди у неподвижной опоры
5	Волк и семеро козлят	1	Разучить навык лежания на воде
		2	Разучить попеременные движения ногами кролем на груди у неподвижной опоры на задержке дыхания
		3	Закрепить навык всплывания
		4	Закрепить попеременные движения ногами кролем на груди у неподвижной опоры
6	Красная шапочка	1	Разучить навык скольжения в воде на груди и на спине.
		2	Разучить основы техники движений ног при плавании кролем на спине с подвижной опорой
		3	Закрепить навык погружения, всплывания и лежания
		4	Воспитывать взаимовыручку к членам коллектива
7	Бременские музыканты	1	Разучить технику плавания кролем на груди и на спине в безопорном положении
		2	Добиться ритмичного выполнения активного вдоха- выдоха в воде
		3	Воспитывать умение работать в парах (в коллективе)

Для выполнения каждой задачи обучения отводилось по 4 занятия. Первые три занятия выделялись на разучивание упражнений, а четвертое занятие было посвящено повторению и закреплению разученных навыков на предыдущих занятиях, в результате чего появлялась возможность проигрывать всю сказку целиком. В соответствии со структурой проведения урока каждое занятие делилось на три части: подготовительную, основную и заключительную.

Подготовительная часть занятия отводилась на организацию детей и функциональную подготовку организма. Основная часть занятия была посвящена разучиванию упражнений по обучению плаванию, которые соответствовали определенной задаче обучения плаванию, были

адаптированы к сказочному сюжету. Заключительная часть занятия предназначалась для постепенного снижения нагрузки и организованного окончания занятия

В дальнейшей в рамках решения третьей задачи исследования будет проверена результативность разработанного курса начального обучения плаванию детей 6–8 лет с использованием анимационных технологий на внеурочных занятиях по плаванию

1. Бетехтин Ю.О. Дифференцированная методика обучения плаванию детей 5–7 лет с признаками водобоязни: дис. ... канд. пед. наук 13.00.04. – Тула, 2010. – 136 с.

2. Герасимова Ю.С. Начальное обучение плаванию детей дошкольного возраста с использованием сюжетно-ролевых игр: дис. ... канд. пед. наук 13.00.04. – Санкт-Петербург, 2009. – 235 с.

3. Захаров А.И. Методика исследования страхов «Страхи в домиках» // Образовательная социальная сеть nsportal.ru – URL; <https://nsportal.ru/detskii-sad/korreksionnaya-pedagogika/2020/01/20/test-strahi-v-domikah-a-i-zaharova>

4. Возрастная психология: Детство, отрочество, юность: Хрестоматия: учеб. пособие для студ. пед. вузов. / В.С. Мухина, А.А. Хвостов, В.В. Юрчук. – Москва: Академия, 2010. – 624 с

5. Фисюк Т.Т. Проявление феномена анимации в технологии организации культурно-досуговых программ // Учёные записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). Научный журнал №2 (16) – 2018 – С. 74–80.

Секция. СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ

УДК 796.83, 796.015.134

ОСОБЕННОСТИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ БОКСЕРОВ 12–13 ЛЕТ НА ЭТАПЕ СПОРТИВНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

Ф.А. Артушева
студент

*Приморское государственное училище (техникум) олимпийского резерва
Владивосток, Россия*

Е.П. Шарина
канд. пед. наук, доцент

*Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского
Владивосток, Россия*

Современный бокс постоянно предъявляет повышенные требования к совершенствованию спортивной подготовленности спортсменов. В статье рассматриваются вопросы взаимосвязи технической и физической подготовки боксеров 12–13 лет, подобран комплекс специализированных физических упражнений для повышения уровня их спортивного мастерства. В учебно-тренировочном процессе данной категории боксеров одновременно с улучшением технической подготовленности подобраны упражнения для формирования специальных физических качеств боксеров.

Ключевые слова: бокс, юноши 12–13 лет, техническая подготовка, техническая и физическая подготовленность, этап спортивной специализации.

FEATURES OF TECHNICAL TRAINING OF BOXERS AGED 12–13 AT THE STAGE OF SPORTS SPECIALIZATION

Modern boxing constantly places increased demands on improving the athletic fitness of athletes. The article deals with the issues of the relationship between technical and physical training of boxers aged 12–13 years, a set of specialized physical exercises is selected to improve their level of sportsmanship. In the educational and training process of this category of boxers, simultaneously with the improvement of technical preparedness, exercises for the formation of special physical qualities of boxers were selected.

Keywords: boxing, boys 12–13 years old, technical training, technical and physical fitness, stage of sports specialization.

Введение. Достижение высокого спортивного результата в боксе зависит от технической подготовки спортсменов, поэтому тренерами уделяется большое внимание данному виду подготовки в учебно-тренировочном процессе. В таком случае технически грамотное выполнение ударных и защитных приемов, их согласованность между собой обеспечивают экономичность и эффективность двигательных действий, устойчивость в соревновательной борьбе [1, с. 719].

При сравнении спортсменов одинаковой технической квалификации преимущество будут иметь боксеры, имеющие превосходство в силе и скорости выполняемых технических действий. Поэтому в учебно-тренировочном процессе боксеров на всех этапах тренировки наряду с совершенствованием их технической подготовленности одной из основных задач является формирование специальных физических качеств [2, с. 68].

А.П. Лаптев, В.Б. Лавров, П.А. Левитан (2003) утверждают, что «основным фактором технического мастерства спортсменов высшей квалификации является оптимальная структура двигательных действий, а техника спортивных упражнений отражает диалектическую связь формы и содержания движений» [3, с. 206].

По определению В.А. Осколкова (2018) «техническая подготовленность определяет способность боксера переносить тренировочные нагрузки, сократить период восстановления по-

сле них, более динамичной смене пиков работоспособности и продолжительности сохранения тренированности» [4, с. 114].

Этими положениями обусловлена актуальность исследовательской работы, которая состоит в оптимизации направленного подбора средств и методов для совершенствования технических приемов и физической подготовленности боксеров 12-13 лет на этапе начальной спортивной специализации.

Цель исследования: разработать и экспериментально обосновать комплекс упражнений, направленный на повышение уровня специальных физических качеств и технической подготовки боксеров на этапе спортивной специализации.

Задачи исследования:

1. Проанализировать структуру и содержание технической подготовки в боксе на тренировочном этапе (этапе спортивной специализации).

2. Выявить средства и методы технической подготовки в боксе на тренировочном этапе (этапе спортивной специализации).

3. Провести исследование по повышению уровня технической и физической подготовленности боксеров на этапе спортивной специализации путем выполнения комплекса упражнений.

Методы исследования: изучение и анализ информационных источников, педагогический эксперимент, педагогическое тестирование, математической статистики.

Объект исследования – учебно-тренировочный процесс технической подготовки боксеров 12-13 лет.

Предмет исследования – техническая и физическая подготовленность боксеров на этапе спортивной специализации.

Гипотеза исследования: техническая подготовка боксеров на этапе спортивной специализации более эффективной при условии последовательного применения разработанного нами комплекса физических упражнений, а также упражнений для повышения уровня скоростно-силовых способностей, имеющих важное значение для мастерства высококвалифицированных боксеров.

Организация исследования.

Исследование проведено в период с октября по декабрь 2022 г. Для чистоты эксперимента были сформированы две группы: контрольная и экспериментальная группа, численность в каждой из которых составила по 10 боксеров-юношей 12–13 лет: в том числе: 10 (50 %) юношей в возрасте 12 лет и 10 (50 %) юношей в возрасте 13 лет, регулярно посещающих тренировочные занятия.

Педагогический эксперимент включал в себя несколько этапов:

1 этап. Начальный этап был предназначен для анализа научно-методической литературы, определение цели, задач научного исследования. Были получены данные о каждом обучающемся, занимающимся боксом.

Проведен анализ результатов тестирования в начале эксперимента у спортсменов 12–13 лет, занимающихся боксом.

2 этап. Проведен анализ результатов тестирования в конце эксперимента у обучающихся, занимающихся боксом.

В экспериментальной методике применялись специальные упражнения для совершенствования технической подготовки боксеров 12–13 лет. В предложенный нами комплекс упражнения вошли упражнения с:

- постепенным увеличением сопротивления условного противника;
- использованием необычных исходных положений;
- выполнением технических действий с максимальной быстротой;
- изменением пространства для выполнения технических действий;
- выполнением действий в необычных условиях;
- выполнением в состоянии значительного утомления;
- выполнением в состоянии значительного эмоционального напряжения;
- приемами периодического выключения или ограничения зрения;
- методическими приемами вычленения элемента действий;
- приемами снижения мышечных напряжений;
- приемами дополнительных ориентиров и срочной информации;
- методами сопряженных воздействий;
- применением специализированных изометрических напряжений [5, с. 114].

На всех этапах спортивного совершенствования техническое мастерство боксера зависит от уровня развития специальных физических качеств. Для высококвалифицированных боксеров одной из главных является скоростно-силовая подготовка. Поэтому во время тренировки на данную подготовку в ЭГ было отведено тридцать минут, в которые мы включали специальные задания на формирование разнообразных скоростно-силовых качеств.

Результаты исследования.

На основании Приказа Минспорта России от 09.02.2021 № 62 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «бокс» из нормативов физической подготовки для проведения тестирования специальной физической подготовленности нами были выбраны определенные тестовые задания (возрастная группа 12-13 лет):

- количество прямых ударов за 9 секунд;
- поднимание туловища из положения лежа на спине (за 1 мин);
- челночный бег 3х10 м;
- прыжок в длину с места толчком двумя ногами;
- метание мяча весом 150 г.

Техническая подготовленность боксеров оценивалась экспертной комиссией в составе 5 человек.

По завершении исследования у боксеров в экспериментальной группе (ЭГ) отмечался прирост следующих показателей: количество прямых ударов за 9 секунд – 11%; поднимание туловища из положения лежа на спине в положение сед (за 1 мин) – 13,5%; челночный бег 3×10 м – 26,3%; прыжок в длину с места толчком двумя ногами – 34,9%; метание мяча весом 150 г – 11,05%.

Таблица 1

Сравнительный анализ результатов ЭГ и КГ до и после эксперимента

Показатели	Группа испытуемых	Количество прямых ударов за 9 секунд	Поднимание туловища из положения лежа на спине (за 1 мин)	Челночный бег 3×10 м	Прыжок в длину с места толчком двумя ногами	Метание мяча весом 150 г
До эксперимента	КГ	33	36,1	8,16	184,3	31,4
	ЭГ	34	36,0	8,24	184,5	31,1
После эксперимента	КГ	35	37,0	7,96	185,1	32,6
	ЭГ	39	37,5	6,93	189,2	33,4
Прирост показателей в %	КГ	2	13,4	0,67	3,41	10,26
	ЭГ	11	13,5	26,3	34,9	11,05

У спортсменов контрольной группы (КГ) также произошло улучшение среднегрупповых результатов, но это повышение намного меньше: в тесте «количество прямых ударов за 9 секунд», результат повысился на 2%; в тесте «поднимание туловища из положения, лежа на спине (за 1 мин)» результат повысился на 13,4%; в тесте челночный бег 3×10 м повышение на 0,67%; в тесте прыжок в длину с места толчком двумя ногами улучшение среднегруппового результата на 3,41%; в тесте метание мяча весом 150 г в группе результат повысился на 10,26%.

Анализ тестирований физической подготовленности боксеров свидетельствует о том, что занимающиеся боксом в экспериментальной группе показали лучшие результаты по большинству тестируемых факторов, по сравнению с контрольной группой.

В конце эксперимента анализ технической подготовленности боксеров показал, что среднее значение экспертной оценки, предоставленной специально созданной бригадой специалистов (тренеров и судьи) у спортсменов экспериментальной группы составило в среднем 5,9 балла (средний балл по двум ударам), что превышает этот на 10,2% этот показатель у занимающихся контрольной группы – 5,35 балла (табл. 2).

Сравнительный анализ межгрупповых различий по физической подготовке занимающихся обеих групп в ходе эксперимента

Контрольные тесты	Контрольная группа			Экспериментальная группа		
	Начало	Конец	Т, %	Начало	Конец	Т, %
Оценка техники выполнения прямого удара левой рукой (б)	4.6	5.2	13,0	4.9	5.7	15,1
Оценка техники выполнения прямого удара правой рукой (б)	4.8	5.5	13,6	5.1	6.1	17,8

Выводы. На основании проведенного эксперимента сделаны следующие выводы:

Использование разработанного комплекса специальных упражнений, направленного на повышение уровня технической подготовки боксеров 12–13 лет, привело к повышению уровня их технического мастерства: экспертная среднегрупповая оценка спортсменов ЭГ составила 5,90 балла по сравнению с показателями боксеров КГ – 5,35 балла.

Сравнительный анализ показателей физической подготовленности показал преимущество боксеров ЭГ по сравнению со спортсменами КГ: в среднем все среднегрупповые показатели ЭГ улучшилась на 19,35 %, в то время как в КГ среднегрупповое улучшение данных показателей составило 6,15 %.

1. Амплеева В.В., Воронкова Е.В. Техничко-тактическая подготовка юных боксеров // Аллея науки. – 2019. – Т. 4. – № 15. – С. 718–721.

2. Герасимов А.А. Теоретические аспекты, способствующие воспитанию целевой точности ударных движений боксеров // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 10 (164). – С. 66-69.

3. Управление тренированностью боксеров / А.П. Лаптев, В.Б. Лавров, П.А. Левитан. – Москва: Физкультура и спорт, 2003. – 156 с.

4. Осколков В.А. Анализ многолетней системы технико-тактической подготовки боксеров // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 9 (151). – С. 206-211.

5. Филимонов, В.И. Современная система подготовки боксеров. – Москва: ИНСАН, 2021. – 480 с.

УДК 796.83, 796.015.134

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ СПОСОБНОСТЕЙ БОКСЁРОВ ТРЕНИРОВОЧНОЙ ГРУППЫ 3 ГОДА ОБУЧЕНИЯ

У.Н. Луферова
студент

Е.П. Шарина
канд. пед. наук, доцент

*Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского
Владивосток, Россия*

Скоростно-силовая подготовка является приоритетной в развитии специальных физических качеств боксеров, являющихся представителями скоростно-силовых видов спорта наряду с другими видами единоборств. Для бокса присущи экстремальный характер соревновательной деятельности, «ударное» взаимодействие соперников, малое количество времени для принятия решений по осуществлению технико-тактических действий. Решение данных задач в боксе

требует повышенного уровня развития скоростно-силовых способностей спортсменов. В статье представлена методика совершенствования скоростно-силовых качеств боксёров 14–15 лет.

Ключевые слова: стратегический анализ, внешняя среда предприятия, SWOT-анализ, PESTLE-анализ, 5 сил Портера.

IMPROVING THE SPEED AND STRENGTH ABILITIES OF BOXERS OF THE TRAINING GROUP 3 YEARS OF TRAINING

Speed-strength training is a priority in the development of special physical qualities of boxers who are representatives of speed-strength sports along with other types of martial arts. Boxing is characterized by the extreme nature of competitive activity, the "shock" interaction of rivals, a small amount of time to make decisions on the implementation of technical and tactical actions. Solving these problems in boxing requires an increased level of development of speed and strength abilities of athletes. The article presents a methodology for improving the speed and strength qualities of boxers aged 14-15 years.

Keywords: boxing, boys 14–15 years old, speed and strength training, physical fitness, circuit training.

Введение. Бокс относится к видам спорта «единоборства», которые предъявляют повышенные требования к развитию скоростно-силовых качеств занимающихся. Для данного вида спорта характерно комплексное проявление двигательных способностей и двигательный действий, имеющих скоростно-силовую направленность. Это обусловлено тем, что соревновательная деятельность боксёров включает усилия, проявляемые с максимальным ускорением «при выполнении акцентированных ударов, быстрых защит, неожиданных передвижений и т.д.» [1, с. 10].

Скоростно-силовые качества по определению В.П. Лукьяненко, Р.А. Воликова, А.А. Хежева (2018) – это «способности человека к проявлению усилий максимальной мощности в кратчайший промежуток времени при сохранении оптимальной амплитуды движения» [2, с. 46].

Быстрота двигательных действий спортсменов тесно связана с проявлением силы, в спорте проявление максимальной силы в минимальный отрезок времени получил название «взрывная сила». В боксе данный вид силы требует наряду с проявлением максимальных усилий в кратчайшее время и высокой быстроты ее проявления. В.И. Филимонов (2009) утверждает, что «степень проявления скоростно-силовых качеств зависит не только от величины мышечной силы, но и способности боксёра к высокой концентрации нервно-мышечных усилий, мобилизации функциональных возможностей организма» [4, с. 224].

Многие тренеры по боксу испытывают трудности в учебно-тренировочном процессе боксёров 14-15 лет при совершенствовании их скоростно-силовых способностей наряду с технико-тактической подготовкой данной категории спортсменов. В информационных источниках в недостаточной мере отражены средства и методы скоростной и силовой подготовки боксёров данного возраста, особенности организации учебно-тренировочного процесса для развития их скоростно-силовых способностей [3, с. 66].

Мы считаем, что в настоящее время актуальным является необходимость изучения особенностей тренировочного процесса и развития скоростно-силовых способностей боксёров с целью совершенствования тренировочного процесса тренировочной группы 3 года обучения.

Цель исследования: разработать и экспериментально обосновать методику совершенствования скоростно-силовых способностей боксёров в подготовительном периоде.

Задачи исследования:

1. На основе данных анализа информационных источников проанализировать средства и методы учебно-тренировочного процесса боксёров, организационно-методические особенности процесса физической подготовки боксёров в течение годичного макроцикла.

2. На основании полученных экспериментальных данных разработать методику совершенствования скоростно-силовых способностей боксёров тренировочной группы 3 года обучения.

3. Обосновать эффективность разработанной методики и ее влияние на уровень скоростно-силовых способностей боксёров.

Методы исследования: анализ литературных и информационных источников; педагогическое наблюдение; педагогическое тестирование; педагогический эксперимент; математико-статистические методы.

Объект исследования – учебно-тренировочный процесс боксеров 14–15 лет.

Предмет исследования – методика, направленная на совершенствование скоростно-силовых способностей боксеров тренировочных групп 3 года обучения.

Гипотеза исследования: предполагалось, что представленная методика позволит значительно повысить уровень развития скоростно-силовых качеств боксеров 14–15 лет.

Организация исследования.

Исследование проведено в период с января по февраль 2023 г. Педагогический эксперимент проводился в спортивной школе олимпийского резерва по боксу Приморского края. Была разработана методика совершенствования скоростно-силовых способностей боксёров тренировочной группы 3 года обучения. Состав экспериментальной группы – 9 человек 14–15 лет, в контрольную группу вошли 10 спортсменов данного возраста.

В качестве экспериментальной методики совершенствования скоростно-силовых способностей боксеров ТГ-3 года обучения была выбрана методика круговой тренировки.

Каждая станция представляла собой либо раунд с определенными упражнениями, либо была направлена на имитацию ударных технических приемов, либо – на «прокачку» определенных групп мышц. Количество станций в равной мере соответствовали количеству участников тренировки. Упражнения будут намного разнообразнее при большем количестве тренирующихся. Тренер на протяжении тренировки должен корректировать или варьировать нагрузку (интенсивность) для спортсменов, следить за их самочувствием.

В предложенной нами методике мы использовали следующие упражнения:

- прыжки через скамейку;
- с резиновым эспандером;
- поднимания туловища из положения лежа на спине в положение сед;
- выброс грифа или штанги стоя;
- прыжки в глубину (запрыгивание на тумбу);
- с медицинболом;
- различные кувьрки;
- толкание ядра;
- с напольной штангой.

Результаты исследования.

Для проведения тестирования нами были выбраны определенные тестовые задания:

- количество прямых ударов за 8 секунд;
- количество ударов по мешку за 3 минуты (кол-во раз);
- подтягивание на перекладине (кол-во раз);
- сгибание и разгибание рук в упоре лежа за 30 с (кол-во раз);
- прыжки на скакалке за 1 минуту (кол-во раз);
- прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см).

В начале исследования у спортсменов обеих экспериментальных групп нами не выявлено достоверных различий в тестируемых показателях скоростно-силовой подготовленности, что позволило сделать вывод об однородности данных групп.

Данные исследований представлены на слайде в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ результатов ЭГ и КГ до начала эксперимента

Показатели	Экспериментальная группа n=6	Контрольная группа n=6	Достоверность различий
Количество ударов по мешку за 8 секунд (количество раз)	28,60 ± 0,84	28,10 ± 0,93	p > 0,05
Количество ударов по мешку за 3 минуты (количество раз)	415,00 ± 3,50	414,70 ± 2,78	p > 0,05
Подтягивание на перекладине (количество раз)	9,90 ± 0,65	10,1 ± 0,72	p > 0,05

Показатели	Экспериментальная группа n=6	Контрольная группа n=6	Достоверность различий
Сгибание и разгибание рук в упоре лежа за 30 секунд (количество раз)	38,9 ± 1,38	37,1 ± 1,4	p > 0,05
Прыжки со скакалкой за 1 минуту (количество раз)	105,3 ± 2,00	107,2 ± 1,91	p > 0,05
Прыжок в длину с места (см)	193,7 ± 6,02	195,1 ± 5,83	p > 0,05

В опытной группе на протяжении всего экспериментального периода использовалась круговая тренировка с применением вышеуказанных упражнений, способствующих совершенствованию скоростно-силовой подготовки боксеров 14–15 лет. В результате эксперимента были достоверно подтверждены различия большинства скоростно-силовых показателей в исследуемых тестах (табл. 2).

Таблица 2

Сравнительный анализ результатов ЭГ и КГ после эксперимента

Показатели	Экспериментальная группа n=6	Контрольная группа n=6	Достоверность различий
Количество ударов по мешку за 8 секунд (количество раз)	30,9 ± 0,95	28,1 ± 0,91	p < 0,05
Количество ударов по мешку за 3 минуты (количество раз)	420,6 ± 2,68	416 ± 2,63	p < 0,05
Подтягивание на перекладине (количество раз)	10,00 ± 0,83	10,60 ± 0,74	p > 0,05
Сгибание и разгибание рук в упоре лежа за 30 секунд (количество раз)	39,3 ± 1,41	37,5 ± 1,31	p > 0,05
Прыжки со скакалкой за 1 минуту (количество раз)	115,5 ± 1,65	110 ± 1,87	p < 0,05
Прыжок в длину с места (см)	198,1 ± 5,44	195,7 ± 5,72	p < 0,05

Результаты анализа различий среднегрупповых показателей экспериментальных групп по совершенствованию скоростно-силовых качеств боксеров 14–15 лет показали, что существуют значимые (достоверные) различия после проведения опытно-практической работы по большинству показателей: количество ударов по боксерской груше за 8 секунд и за 3 минуты, прыжков через скакалку за одну минуту и прыжке в длину с места. Проведенное нами исследование показало, что применение методики совершенствование скоростно-силовых способностей боксёров тренировочной группы 3 года обучения, является эффективным и достоверным.

Выводы. На основании проведенного эксперимента сделаны следующие выводы:

По данным литературных и информационных источников было установлено, что соревновательная деятельность боксёров включает усилия, проявляемые с максимальным ускорением «при выполнении акцентированных ударов, быстрых защит, неожиданных передвижений и т.д., что предъявляет повышенные требования к уровню развития скоростно-силовых качеств.

В процессе исследования была разработана и внедрена в тренировочный процесс боксёров тренировочной группы методика, направленная на совершенствование скоростно-силовых способностей боксёров тренировочной группы 3 года обучения. Особенностью данной методики является применение круговой тренировки с использованием имитационных ударных технических приемов, специальные упражнения скоростно-силовой направленности и «прочкачу» определенных групп мышц.

В конце эксперимента достоверные различия были обнаружены в показателях скоростно-силовых способностей в следующих тестах: количество нанесенных ударов по боксерскому

мешку за 8 секунд и 3 минуты, прыжках через скакалку за 1 минуту и прыжке в длину. Разработанная методика показала высокую эффективность и может быть рекомендована для использования в практике подготовки боксеров-юношей.

1. Копцев К.Н. Повышение эффективности специальной скоростно-силовой подготовленности боксеров высокой квалификации на предсоревновательном этапе: автореф. дис.... канд.пед. наук. – Санкт-Петербург, 2015. – 25 с.

2. Специально силовая подготовка в боксе / В.П. Лукьяненко, Р.А. Воликов, А.А. Хежев // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – №1 (68). – С. 46-48.

3. Пашинцев В.Г. Удары пушечной силы. Методика увеличения силы удара: монография. – Москва: Советский спорт, 2007. – 96 с.

4. Филимонов, В.И. Современная система подготовки боксеров. – Москва: Инсан. – 2009. – 480 с.

Научное издание

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

Материалы XXV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
4–7 апреля 2023 г.

Том 3

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

Электронное научное издание

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано к использованию: 10.10.2023. Формат 60×84/8
Усл.-печ. л. 30,26.
Тираж 500 экз. (I–50). Заказ № 10-23

Издательство Владивостокского государственного университета
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано в ресурсном информационно-методическом центре ВВГУ
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41