

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

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

Материалы XXIV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
26–28 апреля 2022 г.

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2022

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР : материалы XXIV международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 26–28 апреля 2022 г.) / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; Электрон. текст. дан. (1 файл: 44,5 МБ). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2022. – 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. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2022.

ISBN 978-5-9736-0675-6

Включены материалы XXIV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 26–28 апреля 2022 г.).

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 978-5-9736-0675-6

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2022
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой
Компьютерная верстка М.А. Портновой
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 27 августа 2022 г.

Объем 44,5 МБ Усл.-печ. л.

Тираж 300 (1–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. ОТ ТОВАРОВЕДЕНИЯ ДО ТОВАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОФЕССИИ И ПРАКТИКИ

<i>Баранов Н.И., Степулева Л.Ф.</i> Информационная идентификация рыбной продукции в цифровой среде как основа безопасности.....	17
<i>Баранов Н.И., Вершинина А.Г.</i> Проблема оценки качества красной икры потребителем	23
<i>Воложанинова А.А., Вершинина А.Г.</i> К вопросу формирования качества детского питания.....	27
<i>Варфоломеева Е.И., Наумова К.А., Драгилев И.Г.</i> Об особенностях применения методики определения конкурентоспособности товаров	33
<i>Жажин С.А., Белозерцева Н.П.</i> Сегментация на основе ключевых пользовательских характеристик как основной элемент стратегического планирования развития товарной категории	36
<i>Кузнецова О.В., Вершинина А.Г.</i> Факторы, влияющие на выбор молочной продукции потребителем	40
<i>Макарова Д.М., Масленникова Е.В.</i> Исследование ассортимента детских мясных консервов, реализуемых на рынке города Владивосток.....	44

Секция. ЦИФРОВЫЕ РЕСУРСЫ АКТИВИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

<i>Барышева Ю.И., Исаев А.А.</i> Факторы конкурентоспособности интегрированных продуктов на основе мороженой рыбной продукции	50
<i>Киньков С.Д., Сергеева А.А., Жохова В.В.</i> Разработка концепции для аккаунта компании MYASKO в социальной сети с «Reels» и «Stories».....	54
<i>Мирошниченко С.А., Кметь Е.Б.</i> Выявление эффективных каналов продвижения направлений подготовки 38 укрупненной группы направлений («Экономика», «Менеджмент», «Товароведение», «Бизнес-информатика», «Торговое дело» и «Государственное и муниципальное управление»).....	59
<i>Петропавловская А.А., Гуляева А.Е., Жохова В.В.</i> Уровень цифровизации образовательной деятельности ППС при реализации магистерских программ в российских вузах.....	67

Секция. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕНЕДЖМЕНТА: ИННОВАЦИИ, НОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ И СТРАТЕГИИ

<i>Аглеулина К.И.</i> Единое цифровое пространство государственных органов.....	722
<i>Горленко А.А., Плетнева А.В., Сахарной К.В., Вертинова А.А.</i> Барьеры при создании стартапов студентами.....	76
<i>Драч А.В.</i> Экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности ООО «Далькомсервис»	800
<i>Ермоленко Л.В.</i> Совершенствование логистических процессов предприятия на основе внедрения бережливого производства	84
<i>Жаркова Е.А.</i> Анализ условий ведения предпринимательской деятельности ООО «Автокам».....	89
<i>Кисарова А.В.</i> Оценка рыночных возможностей ООО «Спецтехнологии»	93
<i>Кисель К.В., Яковлева А.А.</i> Формирование экосистем в России: причины, особенности, типы	97
<i>Лисоцкая В.М.</i> Отраслевой анализ рынка бытовой техники на примере ООО «Холод Комплект»	101
<i>Лобынцева Д.Р.</i> Разработка проекта развития предприятия на примере НОУ ДПО «Восточно-Европейский Гештальт Институт».....	105
<i>Машина Д.Г., Гомилевская Г.А.</i> Современные методы франчайзинга в управлении гостиничными сетями	109
<i>Пичуева Я.Д.</i> Стратегия устойчивого развития университетов.....	113
<i>Садакова В.А.</i> Анализ маркетинговой среды предприятия и факторы, влияющие на деятельность ООО УК «ХАСАН-СЕРВИС ДВ»	116
<i>Сенченко Э.Н., Загорская А.В., Салова Л.В.</i> Особенности кредитования малого бизнеса в современных условиях.....	119
<i>Тубольцева В.А., Паишук Н.Р.</i> Влияние цифровизации на принятие управленческих решений.....	123
<i>Шемякина Е.Р.</i> Влияние санкций на предпринимательство	127
<i>Шидловский А.Р.</i> Возможности и угрозы искусственного интеллекта для общества.....	131

Секция. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, СТРАН: АКТУАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

<i>Абрашина Ю.И.</i> Анализ и пути повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности ООО «Владивостокская фабрика «Эвернит»	134
<i>Алексеева Е.Р.</i> Роль чеболей в экономической системе Республики Южная Корея	139
<i>Андреев А.А.</i> Человеческий капитал и его оценка: роль в современных условиях	142
<i>Безручко Я.А., Булгакова М.А.</i> Тенденции функционирования малого бизнеса Приморского края в период пандемии	148
<i>Бердюгина П.А., Жилина К.А.</i> Нейтрализация угроз экономической безопасности предприятия	154
<i>Кадырова А.И., Лайчук О.В.</i> Оптимизация сбытовой деятельности предприятия (на примере ООО «Владивостокская фабрика ЭВЕРНИТ» г. Владивосток)	158
<i>Катугина А.Р.</i> Эффективность государственной политики в сфере развития национальных парков Приморского края	165
<i>Колесникова А.В., Крыщенко А.Ю.</i> Проблематика применения искусственного интеллекта в банковской сфере	170
<i>Колесникова О.С.</i> Обеспечение устойчивости развития малого предпринимательства в регионах Дальнего Востока России	177
<i>Кошелева А.И., Пашук Н.Р.</i> Процессы конвергенции и дивергенции регионов	182
<i>Красиков А.В.</i> Разработка проекта по развитию бизнеса на примере ООО «ЭКО ТОЙС» с. Чугуевка, Приморский край	185
<i>Леонтьева А.Г.</i> Угрозы экономической безопасности организации и как их избежать	189
<i>Ли С.Э.</i> Совершенствование деятельности морского порта, как субъекта государственной транспортной политики в регионе (на примере АО «Порт Восточные ворота – Приморский завод», г. Находка)	192
<i>Лыдина В.М., Киреева Т.С.</i> Вопросы обеспечения экономической безопасности в муниципальном образовании	196
<i>Макиевская Ю.Ю.</i> Основные факторы обеспечения конкурентоспособности современных аэропортовых комплексов	199
<i>Макогонова А.В., Вертинова А.А.</i> Сохранение численности населения Приморского края: применение ценностного подхода	203
<i>Марущак М.Э.</i> Особенности учетной политики на примере ООО «Академия Учёта», г. Владивосток	207
<i>Мосина Т.В., Лайчук О.В.</i> Бухгалтерская отчетность организации как источник информации оценки и анализа её финансового состояния на примере КГУП «Приморский экологический оператор», г. Владивосток	210
<i>Пахомова А.А.</i> Финансовая устойчивость коммерческого банка: факторы влияния	216
<i>Робканова Е.Р., Титкова В.А., Салова Л.В.</i> Перспективы развития внутреннего туризма в Приморском крае	220
<i>Рудаева А.Ю., Руденкин М.Е., Пашук Н.Р.</i> Оценка результативности программ развития физической культуры и спорта в г. Владивосток как фактор удержания молодежи	224
<i>Свечникова Т.С.</i> Основные проблемы банковской сферы в кризис пандемии COVID-19	228
<i>Терновая П.С., Василенко М.В.</i> Аудиторские процедуры проверки непрерывности деятельности аудируемой организации в условиях неопределенности	231
<i>Фролова Д.А.</i> Подходы к оценке инвестиционной привлекательности энергосбытовой компании	235
<i>Ханьжун А.А.</i> Возможные направления повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления (на примере Партизанского городского округа)	241
<i>Хехнев А.С., Моторный М.А., Белик Е.В.</i> Реализация идей «Зеленой экономики» в национальных проектах России и Приморском крае	245
<i>Чайкин Д.Д.</i> Оценка платежеспособности ООО «ТехУклад»	2500
<i>Шилова А.Ю., Абатурова К.С., Подгорова В.Н., Варкулевич Т.В.</i> Российская экономика в новых условиях: диверсификация экспорта и направления развития внутреннего рынка	253

Секция. НАУЧНЫЙ СТАРТ

<i>Астапов А.Р., Котова Н.Н.</i> Эффект Илона. Как твиты Илона Маска влияют на рыночную стоимость акции компании «Tesla»	257
--	-----

<i>Белоусов В.М., Феоктистова Е.А.</i> Финансовая грамотность: продукты банков для молодёжи. Рынок 2020 года	259
<i>Бурьлов Д.О., Феоктистова Е.А.</i> Планирование бюджета гражданина РФ с 18 до 65 лет.....	2611
<i>Быков Я.А., Дегтеренко К.Н.</i> Механизмы поддержки импортозамещения в условиях антироссийских санкций	264
<i>Вольф А.Э., Балбекийн Д.Т., Щекалева О.А.</i> Моллюски – биологические очистители водоема	267
<i>Котова Ю.М., Ткаченко Н.Р.</i> Феномен подростковой лжи	268
<i>Куракин Я.Р., Сафронова О.А.</i> Создание модели руки-манипулятора	271
<i>Лазарева О.В., Молодых И.В.</i> Сравнительный анализ акций	273
<i>Магин Д.Д., Дегтеренко К.Н.</i> Влияние санкций на экономику РФ.....	275
<i>Макаров Ф.С., Феоктистова Е.А.</i> Инфляция: стоимость бензина за период.....	277
<i>Мещерякова Т.С., Метляева Т.В.</i> Анализ имиджа министров иностранных дел России, Германии, Франции	280
<i>Нежелской Н.В., Дегтеренко К.Н.</i> История создания криптовалюты и важность ее изучения в школе	284
<i>Пак У.И., Михеева Т.В.</i> Визуализация как способ развития интереса к чтению школьников.....	287
<i>Пешков Е.К., Дегтеренко К.Н.</i> Инструменты продвижения товаров на интернет-площадках, как элемент современной экономики.....	289
<i>Русецкий Д.И., Феоктистова Е.А.</i> Инфляция: стоимость комплектующих игрового компьютера за период с ноября 2021 по январь 2022.....	292
<i>Слиньков Д.Г., Баранова Е.П.</i> Природные ресурсы и промышленность Приморского края	295
<i>Ткаченко С.В., Быстревский С.А.</i> Технология сборки микрофона, подключаемого через линейный вход.....	297
<i>Умарова Д.Б., Ткаченко Н.Р.</i> Феномен улыбки в межкультурной коммуникации.....	303
<i>Устинова С.П., Писарева В.М.</i> Фрактальное будущее	306

Секция. ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ – ВАЖНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВГУЭС

<i>Грачев А.В., Андросов Д.С.</i> Становление корейской религиозной культуры во Владивостоке	309
<i>Рожкова Е.С.</i> Феномен пропавших женщин предприятия	313

Секция. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА ВО ВГУЭС: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ОБЛАСТИ ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

<i>Балкин Н.А., Вронская М.В.</i> Проблема практики применения неустойки в Российском и зарубежном гражданском праве.....	316
<i>Балкин Н.А., Корчагин А.Г.</i> История и современность организованной преступности в России.....	319
<i>Ераксина Е.Р.</i> О надзоре прокурора за процессуальной деятельностью органов предварительного расследования в стадии возбуждения уголовного дела	326
<i>Загребина Н.В.</i> Использование результатов оперативно-розыскной деятельности в уголовном судопроизводстве на стадии возбуждения уголовного дела	330
<i>Задонских Д.А.</i> Домашнее насилие над мужчинами.....	333
<i>Колесников С.Ю.</i> Военнослужащий как специальный субъект преступления	337
<i>Масленникова С.А.</i> К вопросу об институте реабилитации в уголовно-процессуальном законодательстве государств СНГ	339
<i>Павлова А.Д.</i> Роль финансирования государственных органов при построении социального государства....	345
<i>Разумова М.С.</i> Рецепция права как средство повышения эффективности подготовки кадров для территориальных подразделений ФССП России	348
<i>Титов В.Р., Горян Э.В.</i> Правовое регулирование использования персональных данных при поведенческом анализе с помощью искусственного интеллекта.....	352
<i>Чижов А.В., Батаев С.В.</i> Оптимизация административно-правового регулирования региональных органов исполнительной власти как элемент построения социального государства (на примере Приморского края)	355
<i>Чуприна А.Н., Верещагина А.В.</i> Девочка, девушка, женщина – изготовитель и распространитель порнографических материалов	358

**Секция. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА ВО ВГУЭС:
ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ В ОБЛАСТИ ЧАСТНОГО ПРАВА**

<i>Балкин Н.А., Щербаков А.В.</i> Проблема квалификации преступлений по ст 264 УК РФ при совершении дорожно-транспортного происшествия с участием электросамоката.....	362
<i>Беспалова К.Д., Вронская М.В.</i> Личный фонд как новая организационно-правовая форма юридического лица	369
<i>Вакуров И.П.</i> Основные проблемы охраны частной жизни человека и гражданина.....	372
<i>Костырко М.Г.</i> Защита права на уважение частной и семейной жизни в ЕСПЧ	375
<i>Рыбка О.С., Ляпустина Н.А.</i> Государственная цифровая валюта: мировой опыт создания третьей формы денег государства	381
<i>Шепко Е.Ю.</i> Нематериальные блага как объект гражданских прав: теория и практика	385

Секция. ДАЛЬНИЙ ВОСТОК В СИСТЕМЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ РОССИЯ – АСЕАН

<i>Животова Д.А.</i> Антироссийские санкции Японии как средство достижения политических целей.....	391
<i>Ким С.А.</i> Военный переворот 16 мая и приход к власти Пак Чон Хи.....	394
<i>Нижельская Т.Н., Юрченко А.В., Гриванов Р.И.</i> Основные направления сотрудничества Дальнего Востока России и ЛНДР	397
<i>Сердюк П.В., Гриванов Р.И.</i> Дальний Восток в системе взаимоотношений Россия-АСЕАН	400
<i>Сюй Лай, Красова Е.В.</i> Экономическое взаимодействие Китая со странами АСЕАН на современном этапе	404
<i>Тьер Е.О., Гриванов Р.И.</i> Фактор АСЕАН в российско-китайских отношениях	408
<i>Федоренко У.В.</i> АСЕАН во внешней политике Китая: эпоха новой биполярности.....	411
<i>Фурсенко А.А., Черепанова У.О., Гриванов Р.И.</i> Экономическая дипломатия как фактор международных отношений в АТР	414
<i>Чупахина Л.Е.</i> Истоки формирования культурной идентичности Японии	418

**Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ЮБИЛЕЙНЫЙ ГОД
«ОТКРЫТИЯ» ВЛАДИВОСТОКА И ВГУЭС ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

<i>Акуленко Д.А., Козгай А.И.</i> Инвестиции Южнокорейских ТНК в контексте социально-экономического развития Вьетнама	424
<i>Амелина Д.А.</i> Японские гравюры Сюнга как культурный феномен эпохи Эдо	429
<i>Большакова П.А., Шейченко Е.А.</i> Политика мягкой силы Республики Корея в отношении КНДР: перспективы объединения	431
<i>Бурханова Ф.Р.к.</i> Анализ содержания концепции СЕСЧ через призму государственных интересов КНР.....	435
<i>Ведяшкина А.А.</i> Центральная Азия в планах китайской инициативы «Один пояс, один путь».....	438
<i>Веселов В.М.</i> Мировой логистический кризис 2022 года. Причины и последствия.....	443
<i>Владимирова П.В.</i> Правовое регулирование криптовалюты в странах АТР и Российской Федерации	448
<i>Ворон-Ковальская А.О.</i> Фрактальность образования Китая как инновационный подход моделирования и реализации	452
<i>Головачева А.В., Кайгородов Е.А.</i> Популярность элементов мягкой силы Японии и Республики Корея среди граждан г. Владивостока (сравнительный анализ).....	455
<i>Гончар Д.С.</i> Проблема признания Тайваня как фактор дестабилизации международных отношений	459
<i>Дрючина В.В.</i> Роль Северного морского пути в развитии взаимоотношений России со странами АТР.....	464
<i>Жаркова А.Ю.</i> Роль Центральной Азии во внешней политике Китая	467
<i>Казарцева Я.О.</i> Культурное взаимодействие Республики Корея и Российской Федерации на современном этапе	470
<i>Карпова Н.А.</i> Мероприятия в сфере аккредитации по повышению устойчивости российской экономики в условиях обострения международной обстановки 2020–2022 гг	473
<i>Ким А.Г.</i> Развитие торгово-экономического сотрудничества России и Республики Корея в период пандемии COVID-19	477
<i>Ким Е.А.</i> «Мягкая сила» Республики Корея за 2000–2010 гг.	482
<i>Куриная Д.А.</i> Теоретические аспекты терроризма и механизмы его предупреждения	486

<i>Кутовая К.В.</i> Практическая реализация Россией международных обязательств в сфере борьбы с преступностью.....	489
<i>Ленда А.В.</i> Смена лидера в АТР.....	493
<i>Музюкова Е.Д., Скороход А.А.</i> Взаимоотношения КНР и Индии на современном этапе.....	496
<i>Нагорнов И.Г.</i> Экономические отношения Катара и Саудовской Аравии в контексте Катарского кризиса.....	5000
<i>Норекян О.М.</i> Растущее влияние Китая на страны Центральной Азии. Роль России в данном процессе.....	504
<i>Пак У.И.</i> «Регионализация» versus «глобализация»: к вопросу о современном этапе международной интеграции.....	507
<i>Поршин М.Е., Неклюдов Е.В.</i> Анализ Индо-Тихоокеанского региона как перспективного вектора внешней политики Франции.....	510
<i>Романов Г.С., Гончар Д.С.</i> Ремилитаризация и японский национализм в контексте обеспечения международной безопасности.....	513
<i>Соколова Д.П.</i> Разворот вектора развития Республики Корея на поддержку стартап-экосистемы.....	517
<i>Теплякова С.А.</i> Проблемы фрактального моделирования современной платформы платформ (к вопросу о развитии азиатской компоненты лидерства).....	521
<i>Хачатрян С.А., Соколова Н.А.</i> Причины популярности «халлю» в России.....	525

Секция. РАЗВИТИЕ ПСИХОЛОГИИ ВО ВГУЭС: 25 И 55 ЛЕТ – ДОСТИЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

<i>Блинкова А.Е., Чернявская В.С.</i> Преимущественные эмоциональные состояния младших подростков и их ценностные ориентации.....	529
<i>Журавлева Н.В., Екинцев В.И.</i> Взаимосвязь эмоционального интеллекта и психологического климата в коллективе (на примере сотрудников МЧС).....	533
<i>Рихтер Е.Ю., Чернявская В.С.</i> Противоречивость эффекта удовлетворенности трудом у работников сферы продаж ДВ региона.....	537
<i>Титер Е.Е.</i> Взаимосвязь между типом родительского отношения и уровнем тревожности у подростков.....	542
<i>Черепанова В.М.</i> Исследование влияния социальных сетей на общество и проблема «Лайкозависимости» современной молодежи.....	546
<i>Чеховская В.С.</i> Эмоционально-личностный компонент толерантного отношения подростков к учителям.....	553

Секция. ОБРАЗОВАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

<i>Коренева К., Чернявская В.С.</i> Взаимосвязь экзистенциальных мотиваций и субъективного контроля личности.....	557
<i>Михайлов Ю.А.</i> Определение уровня нравственного развития у подростков по методике Л. Кольберга.....	561
<i>Огиенко В.А.</i> Современные направления совершенствования управлением дошкольными образовательными учреждениями в рамках реализации целевых программ (на примере муниципальной целевой программы «Развитие образования в Находкинском городском округе на 2019–2024 годы» и деятельности Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 5», г. Находка).....	565
<i>Романченко Е.К., Кузьмина М.П., Василенко К.К., Ткаченко Е.В.</i> Проблемы самооценки личности в студенческой среде.....	569
<i>Цой Б.Д., Ткаченко Е.В.</i> Проблемы самооценки личности в студенческой среде.....	573
<i>Шинкаренко В.М.</i> Взаимосвязь субъективного благополучия и экзистенциальной исполненности для лиц от 40 до 70 лет.....	580

Секция. ФИЛОСОФСКИЕ КОНТЕКСТЫ СОВРЕМЕННОСТИ

<i>Голокова Е.И., Мышко В.Э.</i> Сциентический взгляд на европейский «зеленый курс».....	588
<i>Дюков С.А., Захаров К.П.</i> Современная русофобия как проявление цинического сознания.....	591
<i>Киселев И.А.</i> Возможности и ограничения принципа толерантности.....	596
<i>Малиновская В.А., Хламенок Е.А., Горяченко Е.А.</i> Современный человек в потоке информации.....	599
<i>Палённый Г.А., Хоботнева А.В.</i> Киберсоциализация в условиях информационного общества.....	602

<i>Пчелкин А.М., Захаров К.П.</i> Постгуманистические тенденции «глубинной экологии» и «тёмной экологии» в контексте противоположности сциентизма и антисциентизма.....	606
<i>Уткина С.А.</i> Буллинг в условиях виртуальной коммуникации	614

**Секция. ПЕРЕДОВЫЕ ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ ШКОЛЬНИКАМ:
ПСИХОЛОГИЯ, ПЕДАГОГИКА, СОЦИОЛОГИЯ**

<i>Мигунова Д.М., Терёхина Д.А., Новикова В.А., Сизикова В.В., Чернявская В.С.</i> Потребности и экзаменационная тревожность подростка	618
<i>Сизарева О.В., Фомина А.С., Чернявская В.С.</i> Эмоциональные состояния и ценностные ориентации младших подростков.....	622

Секция. ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

<i>Бардюг А.Д.</i> Человек в современном социокультурном пространстве.....	627
<i>Кабанова В.Р.</i> Психология моды и влечений современной молодёжи.....	633

Секция. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

<i>Бочкарёв Г.С., Розанова Е.А.</i> Выбор способа проектирования куртки с учётом индивидуальных предпочтений потребителя.....	636
<i>Федосеева А.И., Зайцева Т.А.</i> Разработка коллекции моделей одежды на основе принципов апсайклинга.....	639
<i>Чугунова М.А., Шеромова И.А.</i> Анализ конкурентной среды рынка женской одежды сегмента «средний» г. Хабаровска в аспекте ассортимента предлагаемых товаров.....	643

Секция. СЕРВИС НА ТРАНСПОРТЕ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

<i>Варопаева О.А., Шеромова И.А.</i> Совершенствование профессиональных компетенций сотрудников объединенного диспетчерского центра АО «Международный аэропорт Владивосток»	647
<i>Воробьев Д.А., Королева Л.А.</i> Разработка рекомендаций по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров АО «Международный аэропорт Владивосток» г. Артем.....	651
<i>Воронина А.Е., Шеромова И.А.</i> Формирование критериев и оценка системы обслуживания маломобильных пассажиров на примере АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР).....	656
<i>Голованова И.Е., Слесарчук И.А.</i> Анализ возможностей повышения клиентоориентированности в агентствах по продаже авиаперевозок.....	660
<i>Иванова В.Д., Розанова Е.А.</i> Анализ корпоративной культуры в АО «Международный аэропорт Владивосток»	663
<i>Карпенко М.С., Королева Л.А.</i> Разработка рекомендаций по повышению лояльности клиентов к АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток.....	666
<i>Колупаева А.Е., Слесарчук И.А.</i> Анализ возможностей продвижения авиапредприятия в современных условиях	670
<i>Комарова В.С., Слесарчук И.А.</i> Анализ показателей качества обслуживания пассажиров и посетителей в аэропорту в аспекте гостеприимного сервиса.....	674
<i>Кондратьева М.С., Розанова Е.А.</i> Исследование управления персоналом на предприятии АО «Приморское агентство авиационных компаний (БИЛЕТУР)».....	678
<i>Корольчук Л.Д.</i> Анализ качества услуг сервисного предприятия ООО «Авиавладсервис»	681
<i>Лещёва А.Ю., Шеромова И.А.</i> Исследование технологических и психологических аспектов внедрения креативных подходов к проведению предполётного брифинга	685
<i>Лопатко П.А., Слесарчук И.А.</i> Стандарты обслуживания пассажиров в аэропортах как важнейший элемент системы контроля качества обслуживания	690
<i>Митрошина И.А., Шеромова И.А.</i> Анализ и перспективы развития ассортимента услуг ООО «Международный аэропорт Кемерово им. А.А. Леонова».....	694
<i>Моргунов И.А.</i> Исследование удовлетворенности потребителей деятельностью персонала АО «Приморское агентство авиационных компаний» БИЛЕТУР, г. Владивосток.....	698
<i>Никифоров М.М.</i> Исследование мотивации персонала АО «Приморское агентство авиационных компаний» (БИЛЕТУР), г. Владивосток	703
<i>Сарандова А.В.</i> Продвижение в российских социальных сетях АО «Авиакомпания «Аврора», г. Артём	709

<i>Сердюкова А.В., Шеромова И.А.</i> Особенности выстраивания карьерного роста сотрудников агентства воздушных сообщений на примере АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР»).....	713
<i>Тюршиев Е.М., Фалько Л.Ю.</i> Исследование процесса предоставления авиационных услуг в ООО «КРАССУС» «Турагентство SUNMAR», г. Владивосток	718
<i>Юрова К.Н., Шеромова И.А.</i> Формирование критериев оценки системы клиентского сервиса в агентстве воздушных сообщений	724

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

<i>Ван Нин, Мельникова Л.А.</i> Использование художественных приемов декорирования стен в дизайне общественных помещений в Китае в историческом аспекте.....	728
<i>Миронец К.М., Коноплева Н.А.</i> Рекламный графический контент в период блокировки продуктов компании Meta	732
<i>Пастухова А.М., Макаева Я.А., Карпова А.А., Метляева Т.В.</i> Исследование образа России в картинах приморских художников	736

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

<i>Котельникова С.И., Ваничкина О.С., Худякова С.К.</i> Влияние тенденций моды на формирование ассортимента магазинов одежды города Владивостока	745
<i>Полицына Е.А., Петрова О.П.</i> Промышленный дизайн в России: развитие индустриального дизайна и влияние Worldskills	749

Секция. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Андронов З.С., Дорошенко С.А., Дутов Д.И., Галимзянова К.Н.</i> Разработка Telegram чат-бота для повышения знаний в области информационной безопасности.....	751
<i>Басов Д.Г., Коровин А.П., Чэнь И.А., Галимзянова К.Н.</i> Разработка мобильного приложения для эмуляции пропуска ВГУЭС, используя технологию NFC.....	754
<i>Зайцева А.И., Коваленко А.М., Кравченко В.В., Галимзянова К.Н.</i> Разработка Telegram-бота для конфигурации 1С.....	757
<i>Колесников Е.С., Кондраев В.О.</i> Изучение зрительского спроса на кинопродукцию методами статистического анализа	761
<i>Ожогина П.Е., Кульков В.К.</i> Разработка сайта для фирмы по монтажу алюминиевых и стеклянных конструкций.....	765
<i>Тыщук Р.К., Клочкова О.И.</i> Создание интерактивного сайта компании «Центр оценки и экспертизы собственности» на платформе «Битрикс 24».....	768

Секция. МЕТОДЫ И АЛГОРИТМЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

<i>Арясова А.А., Кочнева П.Р., Кулагина А.В., Мазелис А.Л.</i> Разработка умных устройств на базе ARDUINO....	772
<i>Завалин Г.С.</i> Формирование цифрового портрета студента ВГУЭС на основе данных социальной сети «ВКонтакте»	775
<i>Коряева В.Н.</i> Анализ бизнес-процессов предприятия по предоставлению аренды офисных помещений.....	779
<i>Мальнова Д.В.</i> Оценка удовлетворенности клиента услугой онлайн бронирования на сайте гостиничного комплекса.....	783
<i>Михайлова Ю.Ю., Печенкина В.А., Клочкова О.И.</i> Ресурсные ограничения вылова красной рыбы в модели транскритической бифуркации (на примере кеты в Приморском крае).....	788
<i>Плясовская Н.В.</i> Нечёткий SWOT-анализ алкогольной компании	791
<i>Раневская А.С.</i> Анализ статистических данных для ряда групп товарных категорий.....	795
<i>Сабанов Н.В., Галимзянова К.Н.</i> Оптимизация бизнес-процесса доставки готовой еды.....	799
<i>Сдержикова С.В., Галимзянова К.Н.</i> Разработка проекта «Управление затратами по картам рассрочки» для DNS.....	802
<i>Чори В.А., Клочкова О.И.</i> Оценка стоимости коммерческой недвижимости в модели множественной регрессии с использованием RSTUDIO.....	805

**Секция. РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ:
К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА
ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС**

<i>Вэй Чинг-Сун, Гончарук Е.Ю.</i> Лингвистические особенности названий памятников и мемориалов в русском языке	810
<i>Вэнь Хуэйсинь, Конева Н.В.</i> Особенности описания товаров в интернет-магазинах (на примере описания бытовой техники).....	813
<i>Гао Чживэй, Антипова С.С.</i> Пословицы и поговорки с компонентами весна и осень в русской языковой картине мира	817
<i>Жеонг Ылебин, Пугачева Е.Н.</i> Русские и корейские фразеологизмы с компонентом «деньги» как отражение национального менталитета	821
<i>Лу Цзяюй, Гускина Е.Н.</i> Лингвистические особенности наименований сортов фруктов в русском языке.....	825
<i>Лю Сяожань, Коновалова Ю.О.</i> Фразеологизмы со значением «быстро» в русском и китайском языках	828
<i>Люй Хайнин, Борзова Т.А.</i> Концепты МУЖЧИНА и ЖЕНЩИНА в русской и китайской языковых картинах мира.....	832
<i>Ма Хоучэн, Пугачева Е.Н.</i> Структурно-семантические особенности русских и китайских фразеологизмов с компонентом – топонимом	836
<i>Сим Бохён, Пилюгина Н.Ю.</i> Интернет-мем как креолизованный текст: принципы описания формы и содержания	839
<i>Фань Эньжуй, Криницкая М.Ю.</i> Лингвистические особенности цветоименований (на примере названий строительных материалов)	843
<i>Чжан Фанин, Воронина О.А.</i> Билборд как вид креолизованного текста.....	847
<i>Чжан Сяоцзе, Тюрин П.М.</i> Интернет-демотиватор философской тематики как вид креолизованного текста	851
<i>Чжан Цяньи, Ли О.Д.</i> Концепт ХАРАКТЕР в русской языковой картине мира	856
<i>Чэ Ваньин, Солейник В.В.</i> Семантика фразеологизмов о любви в русском и китайском языках.....	859

**Секция. LANGUAGE, CULTURE. COMMUNICATION: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО
ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС**

<i>Андреянова Е.А., Королева В.К.</i> Особенности обучения чтению на английском языке в начальной школе	865
<i>Белошапко А.А., Чернышева А.С.</i> Британцы и французы: все еще любят ненавидеть друг друга?.....	868
<i>Бурцева И.В., Королева В.К.</i> Использование технологии «Перевернутый класс» при обучении практике речи на уроках английского языка.....	872
<i>Бутко А.С., Данилина Е.К.</i> Самостоятельное изучение английского языка с помощью отечественных мобильных приложений	876
<i>Ворон-Ковальская А.О., Чернышева А.С.</i> Сравнительный анализ положения женщин в Соединенных Штатах Америки и Российской Федерации	879
<i>Гарянина А.Д., Налетка О.А.</i> Виды развивающих игр в обучении английскому языку.....	883
<i>Долгая Е.П., Морозова Ю.В.</i> Учимся с Билли Айлиш: онлайн курс разговорного английского языка.....	886
<i>Маринченко И.А.</i> Символические признаки концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в песенных текстах англоязычных авторов	889
<i>Мережко У., Гаврилова Т.В.</i> SMART-технологии (вебинар и социальные сети) в преподавании иностранного языка в общеобразовательной школе	892
<i>Прозорова Д.Р., Молодых В.И.</i> О способах элиминации китайских лакун при переводе.....	895
<i>Собянина Е.И., Морозова Ю.В.</i> Использование интернет-приложений при обучении иностранному языку ..	899
<i>Шахназарова А.Г., Гаврилова Т.В.</i> Квест-метод как инновационная форма обучения английскому языку детей дошкольного возраста	902
<i>Щербакова А.С.</i> Английские и испанские эмоции в социальных сетях.....	905

**Секция. MODERN LINGUISTICS AND CROSS-CULTURAL COMMUNICATION:
К 20-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС**

<i>Басова М.А., Лавренюк Е.В.</i> Японизмы в китайском языке.....	908
---	-----

<i>Грудева Е.А., Хисамутдинова Н.В.</i> Исторические реалии как объект исследования (на примере книги Дж. Тронсона (J. Tronson) «A Voyage to Japan, Kamtschatka, Siberia, Tartary, and Various Parts of Coast of China, in Н.М.С. Barracouta» и их перевод на русский язык	912
<i>Ликунова С.В.</i> Интертекстуальность художественного тексте (на материале сказок Льюиса Кэрролла).....	916
<i>Литвинов А.В.</i> Лингвистические приемы и средства выражения англоязычного юмора.....	919
<i>Марус Н.Д., Смогунова О.С.</i> Сравнительный анализ перевода фразеологических единиц в пьесе Шекспира «Гамлет»	922
<i>Момот К.П., Хисамутдинова Н.В.</i> Имена собственные в англоязычной художественной литературе и их перевод на русский язык (на примере романа Дж. Оруэлла «Скотный двор»).....	926
<i>Мочалова А.С.</i> Как рождается перевод. Голоса в вашей голове.....	930
<i>Мурадян Л.М., Леонтьева Т.И.</i> Речевая агрессия в семейной коммуникации (на материале рассказа А.П. Чехова «Черный монах»)	933
<i>Осинская М.А., Титовская А.В.</i> Гендерные различия в речи мужчин и женщин	937
<i>Пономарь И.В., Шеховцова Т.А.</i> Функционирование паремий в американских и британских политических речах.....	941
<i>Стерхова Д.А., Хисамутдинова Н.В.</i> Грамматическая асимметрия русского и английского языков и проблемы перевода	944
<i>Трифонова Е.С., Мясникова С.В.</i> Гендерные особенности повседневного английского языка в американской лингво-культуре.....	947
<i>Ходькина И.А., Шеховцова Т.А.</i> Китайские паремии в СМИ.....	950
<i>Шадрина А.А., Горбунова М.В.</i> Особенности перевода окказионализмов с английского на русский язык на примере романа Нила Геймана «Neverwhere»	954
<i>Шульга И.О., Гнезdechko О.Н.</i> Стратегии адаптации новостных текстов (на материале англоязычных СМИ).....	958

Секция. СТРАНЫ АТР В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ: К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС

<i>Астаев Г.Е.</i> Фонетические особенности китайского языка на Тайване	964
<i>Корнюк М.В., Молодых В.И.</i> Об адекватности перевода китайских реалий на русский язык (на материале произведений Фэн Цзицая).....	967
<i>Косицына В.Е., Леонтьева Т.И.</i> Особенности перевода русских реалий в художественных текстах (на материале произведений А.П. Чехова)	972
<i>Позднякова Е.Н., Кириллова В.А., Ни Ж.В.</i> Феномен «мягкой силы» в Республике Корея	978

Секция. КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Агарева К.А., Перфильев А.В.</i> Разработка дополнительных услуг для гостей коллективных средств размещения	985
<i>Гильмутдинова И.Т., Перфильев А.В.</i> Продвижение основных и дополнительных услуг в гостиничных комплексах.....	988
<i>Меркулов Н.М., Перфильев А.В.</i> Разработка программы стратегического управления для персонала гостиничного предприятия.....	991
<i>Петухина Е.В., Ден В.Г.</i> Теоретические основы автомобильного туризма как современной отрасли экономики	994
<i>Ребенчук А.Ю., Драгилев И.Г.</i> Оценка качества образовательного турпродукта.....	999
<i>Рудковская С.А., Гомилевская Г.А.</i> Система оценки линейного персонала на предприятиях общественного питания	1005
<i>Савлук Д.А., Гомилевская Г.А.</i> Технологические и организационные инструменты гостиничных инноваций: мировая и региональная практика	1009
<i>Стригун В.В., Шеметова В.В.</i> Исследование предпочтений потребителей кофеен и баров г. Владивостока.....	1014
<i>Сугибина П.В., Перфильев А.В.</i> Разработка инновационных решений в области экологических трендов для гостиничных предприятий	1018

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА

А.Ю. Ребенчук

бакалавр

И.Г. Драгилев

канд. техн. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Для успешного развития туристической отрасли необходимо не только активно вводить инновации, но и проводить экспертизу качества уже имеющихся на рынке туристских услуг. Следовательно, в статье рассматривается вопрос имеющихся на данный момент методов экспертизы, также проводится анкетирование на основе изученной литературы и сделаны выводы на основе результатов. Приводятся предложения по улучшению работы с методами экспертиз в образовательном туризме. Особое внимание акцентируется на образовательном туризме, являющийся новым, малоизученным направлением, в котором активно и успешно участвуют студенты.

Ключевые слова: *методы оценки качества туристических услуг, образовательный туризм, туризм, экспертиза услуг, анкетирование.*

DEVELOPMENT OF AN ACTUAL METHOD FOR ASSESSING THE QUALITY OF AN EDUCATIONAL TOURISM PRODUCT

For the successful development of the tourism industry, it is necessary not only to actively introduce innovations, but also to conduct an examination of the quality of tourism services already available on the market. Consequently, the article deals with the issue of currently available methods of examination, a survey is also conducted on the basis of the studied literature and conclusions are drawn based on the results. Suggestions are made to improve the work with the methods of examinations in educational tourism. Particular attention is focused on educational tourism, which is a new, little-studied area in which students actively and successfully participate.

Keywords: *methods for assessing the quality of tourism services, educational tourism, tourism, examination of services, questioning.*

После жестких ковидных ограничений люди начали чаще отдавать предпочтение внутреннему туризму, путешествуя по России, чему также способствовали различные бонусные программы, кэшбеки и скидки, предоставляемые нашим государством. Так как предоставление туров является популярным и развивающимся сегментом в нашей стране, актуальность темы очевидна. Туркомпания ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ» является одной из немногих, которая предоставляет туры не только для семейного отдыха, но и образовательного туризма, являющегося новым, малоизученным направлением, в котором активно и успешно участвуют студенты ВГУЭС. Определение качества предоставляемых услуг является важным аспектом для выявления сильных и слабых сторон организации тура и работы на улучшения качества оказываемых услуг.

Гипотеза. Предполагается, что совмещение проведения методов анкетирование и тайного покупателя поможет определить слабые и сильные стороны методики выявления качества услуг туркомпаний в сфере образовательного туризма.

Цель. Обосновать полезность и нужность совмещение методов оценки качества турпродукта в сфере образовательного туризма с помощью анализа полученных данных.

Для реализации цели мы обозначили 3 задачи: изучить особенности образовательного туризма; проанализировать имеющиеся методы оценки качества услуг; провести анкетирование туристов для оценки качества услуг; разработать практические предложения для улучшения такого рода экспертизы на основе образовательного туризма в Приморском крае.

Образовательный туризм это новая туристская сфера, связанная с расширением туристических услуг путем добавления познавательного процесса. Появление образовательного туризма закономерно, так как очень удобно совмещать отдых и изучения нового. Однако, несмотря на широкий спектр

существующих исследований в области образования и туризма, на данный момент недостаточно подробных исследований данной сферы.

Согласно Федеральному закону от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в РФ», образование – это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [1].

Качество в образовательном туризме

Термин «качество» не относится только к материальным предметам, а является, своего рода, абстрактным понятием для товаров и услуг в товароведении, которое включает в себя и характеристики продукта и степень удовлетворенности им потребителя. Следующее определение дает нам автор статьи «Теоретические подходы к определению понятия «Качество» В.Н. Гончаров и соавторы.

«Качество – это совокупность характеристик объекта (процесс, который индивидуально описывается и рассматривается, продукция, организация, система или любая их комбинация), относящихся к его способности удовлетворять установленные и ожидаемые потребности» [2].

Качество туристических услуг является важным аспектом для успешной конкурентной борьбы на рынке туристических услуг. Это связано с несколькими явлениями.

Во-первых, если потребитель удовлетворён подборкой гостиниц, проведенными экскурсиями, точным трансфером, организацией образовательного аспекта, то он будет рекомендовать предоставившую ему эту услугу туристическую компанию. Явление, которое раньше в народе называли «сарафанным радио» и в наше время имеет большое значение. Особенно, если своё мнение высказывают блогеры с миллионной аудиторией. Такая реклама повышает объем продаж услуг. Хорошо описано данное явление в статье А.А. Моисеевой [3]. В статье отмечается, что каждый блогер имеет свою целевую аудиторию, которая объединена общими поведенческими чертами, стилем жизни, увлечениями и ценностями.

Во-вторых, турист, пользующийся туристическими услугами компании, способствует увеличению потоков туристов, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество обслуживания, в конечном счете, способствует повышению экономической эффективности туризма. (Контроль и оценка качества туристского обслуживания)

В статье «Особенности оценки качества туристских услуг» автор отмечает следующее: исходя из ГОСТ Р ИСО 9000-2015, следует, что преобладающим элементом услуги, обычно является, нематериальный выход, и услуга включает в себя взаимодействие с потребителем.

Что указывает и на сложность оценки нематериального продукта. В том же ГОСТе отмечено, что понимание и прогнозирование потребностей потребителей во многом определяет достижение организацией устойчивого успеха.

Для оценки качества используются различные показатели, представляющие собой характеристики одного (нескольких) свойств услуги, определяющих ее способность удовлетворять потребности потребителя.

ГОСТ Р 52113-2014 определяет, что перед тем, как установить показатели качества, надо определить этапы жизненного цикла услуги [4].

Для этих видов услуг могут использоваться следующие этапы жизненного цикла услуги:

- предоставление информации об услугах, предлагаемых потребителю;
- принятие заказа на услугу, заключение договора оказания услуг;
- исполнение заказа на услугу;
- контроль качества технологического процесса исполнения услуги и исполнения заказа;
- оценка результата услуг и выдача заказа на услугу потребителю.

То есть, для полной оценки качества туристического продукта с элементами образовательного тура нужно оценить следующие элементы:

- на сколько качественно была предоставлена информация о туре (каналы связи с потребителем);
- качество обслуживания;
- качество сопутствующих услуг (трансфера, гостиница, экскурсии образовательного элемента, авио-ж\д передвижения и др.);
- оценка результата.

Установлению единообразных показателей качества туристического сервиса значительно усложняет комплексный характер данной деятельности. Влияние ряда факторов не позволяет измерить качество по одному и тому же показателю. Многоуровневый характер туризма предполагает применение особого критерия оценки, который объединил бы в себе общее, специфическое и единичное процесса обслуживания [5].

На качество туристского обслуживания оказывают влияние несколько составляющих:

- техническое качество – характеризуется тем, что потребитель получил после того, как взаимодействие исполнителя и потребителя было завершено, т. е. конечный результат;
- функциональное качество – проявляется непосредственно в процессе предоставления услуг (обслуживании);
- социальное (этическое) качество – качество доверия, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой.

Также в сфере туризма имеется несколько представлений о качестве турпродукта (услуги): сама предоставленная услуга; технология обслуживания (процесс); условия обслуживания (социальное, эстетическое качество).

Помимо вышеперечисленных составляющих законодательными и нормативно-правовыми актами определены основные требования к качеству туристской услуги, согласно которым, должен проектироваться и осуществляться турпродукт. Кроме того, существуют еще и потребительские требования, которые во многом определяют потребительскую оценку качества той или иной услуги, а также всего процесса обслуживания.

Методы оценки качества услуг

Маркетинговая деятельность сопряжена с управлением качеством в двух направлениях. Потребитель услуг имеет право получать достоверную информацию в отношении качества, также маркетинг обеспечивает обратную связь для улучшения характеристики качества. Оценка качества предоставления услуг позволяет проводить контроль качества обслуживания, дает информацию для анализа, и обеспечивает, необходимую для любой устойчивой и способной к развитию системы. Следовательно, оценка качества тесно связана с маркетингом, что будет учитываться при дальнейшем анализе качества туристических услуг [6].

При изучении теории, связанной с методами оценки качества различных услуг, было выявлено 3 категории классификаций.

Первая – это методы, где оценка качества услуг (продукции) делятся на 4 основных раздела:

Дифференциальный метод оценки качества. Этот метод базируется на сопоставлении единичных показателей исследуемой и базовой продукции. При оценке этим методом определяется, достигнут ли уровень базового образца в целом, по каким показателям он достигнут, и по каким показателям его отличие наибольшее от базовых значений.

Дифференциальным методом рассчитываются относительные показатели качества продукции q по формулам:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i\phi}}. \quad (1)$$

$$\text{или } q_i^1 = \frac{P_i}{P_{i\phi}}, \quad (2)$$

где q_i, q_i^1 – относительные показатели качества продукции q ;

P_i – значение i -го показателя качества оцениваемой продукции;

$P_{i\phi}$ – значение i -го базового показателя;

n – количество показателей качества продукции

Комплексный. Он учитывает все единичные показатели. Причем каждому из них придается свой вес, т.е. значимость для потребителя:

$$I_{TP} = \sum_{i=1}^n q_i \div a_i, \quad (3)$$

где I_{TP} – это групповой, т.е. комплексный показатель качества изделия по техническим параметрам и функциональным характеристикам, т.е. возможностям [7].

Смешанный метод оценки уровня качества продукции основан на совместном применении единичных и комплексных (групповых) показателей качества продукции.

Статистический метод

- 1) определения законов распределения показателей качества доверительных границ и интервалов для параметров распределения оцениваемого показателя;
- 2) сравнения средних значений исследуемых показателей качества и их дисперсий;
- 3) определения коэффициента корреляции между двумя показателями качества и зависимости исследуемого показателя качества от других показателей с помощью регрессионного или дисперсионного анализа.

Вторая категория делится всего на 2 раздела для классификации методов измерения качества сервиса:

Характеристические методы, основанные на атрибутах сервиса, описывающих характеристики и свойства процесса обслуживания потребителей, и использующие их количественную оценку потребителями.

Качественные методы, например, модели, основанные на оценке критических происшествий (случаев) [8].

Для оценки качества туристических услуг можно использовать методы из третьей категории.

Метод «критических случаев». Этот метод является качественным методом и представляет собой очень гибкий инструмент сбора данных без формализованного подхода к получению выводов на их основе.

Метод SERVPERF. Метод позволяет избежать негативного воздействия дифференциального подхода на достоверность данных, полученных в результате применения метода (исключая стадию измерения ожиданий потребителей).

Метод Кано. Метод, используемый для оценки эмоциональной реакции потребителей на отдельные характеристики продукции.

Метод СИТ (CriticalIncidentsTechnique). Метод основан на анализе составленных жалоб и / или вынужденных жалоб. Метод охватывает как спонтанные жалобы, так и благодарности (критическими случаями).

Метод Mysteryshopping. (Метод тайного покупателя). Метод, который используется прием наблюдения с тайным участием с помощью контрольной покупки услуг. Этот человек вводится как "обычный" клиент, однако его роль заключается в создании проблемных ситуаций, высказывании многих пожеланий и замечаний.

Метод SERQUAL. (Метод анкетирования). Основывается на опросе, дает представления об существующих ожиданиях клиентов от компании и возможность выделить номенклатуру для оценки качества для клиента. "SERVQUAL" – одна из моделей, которая является частным случаем статистического анализа диффузных Бассовских моделей [9].

Два последних метода мы и будем использовать в своём исследовании.

Анкета для оценки качества турпродукта

На основе показателей качества составлена анкета со следующими критериями:

- информационное сопровождение тура (каналы связи с потребителем);
- качество обслуживания;
- качество сопутствующих услуг (трансфера, гостиница, экскурсии образовательного элемента, авио-жд передвижения и др.);
- качество образовательного аспекта;
- оценка результата.

Анкета, включает в себя три раздела, два из которых составлены в соответствии с методом SERQUAL.

В данной анкете были учтены правила формулировок [Е.С. Кузьмин и В.Е. Семенов] вопросов такие, например, как:

1. Каждый вопрос является логически отдельным;
2. Небыло применено узкоспециализированных терминов, многозначных слов;
3. Краткость вопросов;
4. Конкретность вопросов;
5. Достаточное количество предлагаемых ответов;
8. Корректные вопросы по отношению к респонденту;
9. Недопустимы вопросы внушающего характера.

Анализ результатов проведенного анкетирования:

В ходе исследования было опрошено 161 респондент [10].

Проведенное анкетирование выявило следующие результаты:

1. Услугу образовательных туров покупают чаще всего студенты вузов (56,7%) и колледжей (20%) в возрасте от 19–35 лет (60%).

2. Из исследования видно, что значительная часть (33,3% важен, 36,7% – крайне важен) опрошенных считает, что дизайн офиса и атрибутики важен, а оценивает на 3–4 балла из пяти (36,7 и 30% соответственно).

3. Инструктаж, правильное поведение сотрудников и чувство безопасности во время тура респонденты оценили на 5 баллов из 5 возможных, при такой же важности.

4. Отметим, что наличие практического аспекта в образовательных турах выделено большинством (58,6%) респондентов, как важная часть, а остальная доля распределилась по оценкам 4, 3, 2. Примерно таким же образом распределились оценки в третьем разделе, что может указывать на разницу восприятия данных показателей. Поэтому, определить, нужно ли включать или нет данный аспект в туры сложно, так как выборка была сделана в онлайн-группах со студентами, которые неоднократно ездили в эти образовательные туры, что делает данные показатели не столь важными для опрашиваемых при повторных поездках.

Для анкеты был продуман дополнительный открытый вопрос для того, чтобы определить показатели качества, которые респонденты отметили важными лично для себя. Такой вопрос помогает определить те критерии, которые по какой-либо причине не были замечены во время составления анкеты, но определены респондентами как важные.

В результате большая часть позиций открытого вопроса оценена на высший бал, это означает, что нужно обратить внимание на данные критерии и возможность их улучшения на практике.

Отметим, что показатель «Возврат средств» не был включен, так как часто правилами партнерами оговариваются некоторые ограничения возврата, где берется процент.

Метод «тайный покупатель» используется компаниями как инструмент контроля качества обслуживания в различных сферах: розничная торговля, ресторанный бизнес, строительство, телекоммуникационная связь, автомобильный сервис, туризм, образование и др.

Как правило, метод «тайный покупатель» применяется с целью маркетинговых исследований, направленных на независимую оценку качества обслуживания потребителей. В роли самого потребителя выступает человек, которому дают определенную задачу «под прикрытием».

В нашем случае были оговорены с «тайным покупателем» те критерии, на которые ему нужно было обратить внимание. Те же критерии прописаны и в анкете.

Тайным покупателем было особенно отмечены сервис и организация, так же то, что образовательный элемент идеально вписывается в концепцию тура, когда человек едет и отдохнуть и получить новые знания. Молодые люди, познающие мир, всегда стремятся ко всему новому и неизведанному, поэтому закономерным стало пожелание, «тайного покупателя», увеличение количества экскурсий.

В итоге проделанной работы сделан вывод, что с помощью совмещения двух методов оценки качества получается комплексное расширенное исследование.

Значит наше предположение, что совмещение проведения методов анкетирование и тайного покупателя поможет определить слабые и сильные стороны методики выявления качества услуг туркомпаний в сфере образовательного туризма, оказалось верным. Цель достигнута обоснованием полезности и нужности совмещения этих двух методов оценки качества турпродукта в сфере образовательного туризма с помощью анализа полученных данных.

Основываясь на исследовании вышеперечисленных методов оценки качества услуг на практике можно отметить несколько недостатков. Во-первых, у людей разное восприятие и понятия качества и когда респондент отвечает на вопросы методом выбора может не быть подходящих ответов, поэтому важно задавать открытые вопросы для выявления скрытых потребностей в качестве у потребителей. Открытые вопросы должны задаваться по тем показателям, которые наиболее сложны в понимании и в структуре услуги. Во-вторых, комплексный вид услуги не позволяет сделать метод типизированным для всего туризма в целом, и образовательного, в частности. Также особенности целевой аудиторией образовательного туризма требуют использования новых технологий для реализации оценки качества или экспертизы. Учитывая вышесказанное, было предложено разработать платформу для потребителей в виде online-приложения, в котором будут реализовываться анализ данных о туристических компаниях и туристах с помощью искусственного интеллекта, типизироваться потребитель на типы личности и восприятия, будут собираться оценки, отзывы об услугах, составляя рейтинг компаний.

Таким образом, в данной статье были рассмотрены большинство имеющихся классификаций методов оценки качества услуг, которые можно применить в новом виде туризма – образовательном. Также предложен вариант реализации на практике сочетания нескольких методов, а именно тайный покупатель и SERQUAL при помощи искусственного интеллекта или более дешевых вычислительных IT-технологий сбора и анализа данных. Осуществление данного способа можно опробовать на одном регионе, позже, при удачных результатах, предложить другим. Такая система поможет не только эффективно и открыто проводить мониторинг качества предоставляемых услуг в сфере образовательного туризма, но и помогать каждому потребителю найти пакет туристических услуг специально под его тип личности и восприятия. Вся система предполагается, будет основываться на опросах и максимальной вовлеченности в работу online-приложения людей.

1. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 30.12.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) статья 2. – Текст: электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/

2. Гончаров В.Н. «Теоретические подходы к определению понятия «Качество». – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-kachestvo>

3. Моисеева, А. А. Как влияют блогеры на потребителей и почему это происходит. – Текст: электронный. – URL: <https://moluch.ru/archive/286/64535/>

4. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200114171>

5. Туроперейтинг глава: Контроль и оценка качества туристского обслуживания. – Текст: электронный. – URL: https://studref.com/400013/turizm/kontrol_otsenka_kachestva_turistskogo_obslyzhvaniya#721

6. Карчевская В.Ю. Маркетинговый анализ качества туристских услуг Гомельского региона. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovyy-analiz-kachestva-turistskih-uslug-gomelskogo-regiona>

7. Алексеев П.П. (Целостное) управление качеством. – Текст: электронный. – URL: <https://studfile.net/preview/10013323/page:5/>

8. Методы оценки качества услуг. – Текст: электронный. – URL: https://bstudy.net/649585/ekonomika/metody_otsenki_kachestva_uslug

9. Методы оценки качества услуг. – Текст: электронный. – URL: <https://beintrend.ru/2012-10-03-15-34-58>

10. Ребенчук А.Ю. Составленная анкета по онлайн-сервисе // Google Формы. – Текст: электронный. – URL: <https://forms.gle/cATxHwWTXraW6SUd8>